المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة أم القرى
كلية العلوم الاجتماعية
قسم الجغرافيا

الأسواق في مدينة مكة المكرمة

دراسة في النشأة والتطور والتوزيع

دراسة مقدمة إلى قسم الجغرافيا كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير
في الجغرافيا

إعداد الطالبة
أشواق بنت حمزة محي الدين مليباري

إشراف الأستاذ الدكتور
أحمد البدوي محمد الشريعي

الفصل الأول
١٤٣٠هـ


بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ (1) إِيلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (2)فَلْيَعْبُدُوا

رَبَّ هَٰذَا الْبَيْتِ (3)الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ

خَوْفٍ (4)

صدق الله العظيم

سورة قريش رقمها ١٠٦

شكر وتقدير

الحمد لله عدد ما كان وعدد ما يكون وعدد الحركات والسكون، أجزل العطاء بمنه، وأوفى الفضل بكرمه، وبارك الجهد بتمامه، فله الحمد والثناء عدد ما سجد لجلاله وركع، والصلاة والسلام على خير المرسلين وإمام المعلمين محمد بن عبد الله صاحب اللواء المعقود والحوض المورود وعلى آله وصحبه أجمعين.

الشكر لله أولاً، حيث يسر أمري، وبارك جهدي ومنحني فرصة البحث والاطلاع والإنجاز، فله عظيم المن وخالص الشكر، ثم الشكر والتقدير لأستاذي الفاضل الدكتور/ أحمد الشريعي، الذي غمرني بعلمه، ومنحني من وقته الثمين الكثير، و لم يبخل علي بالنصيحة والتوجيه والتشجيع طوال فترة إشرافه، فقد أمدَّني بقبس من علمه، ويسَّر ليَ الكثير من العقبات، ووضعني على أولى خطوات البحث العلمي، حتى اشتدَّ ساعدي بإتمام هذه الرسالة. كما أشكر سعادة الدكتور/زهير عبد الله مكي، الذي كان المحتضن الأول لفكرة البحث، والذي غذَّى جذورها حتى أينعت، ولا يفوتني أن أتقدم بامتناني الكبير لقسم الجغرافيا بجامعة أم القرى الذي منحني الثقة لانجاز بحثي.

كما أشكر كل من ساعدني من منسوبي الدوائر والمؤسسات ذات العلاقة ببحثي ومنهم: الأستاذ/نايف هوساوي مدير الإدارة الالكترونية، والمهندس/عبد الله فطاني بقسم نظم المعلومات الجغرافية بأمانة العاصمة المقدسة، على مساعدتهما في جمع البيانات الأولية للبحث، كما أشكر المؤرخ/مناحي القثامي العضو بنادي الطائف الأدبي، والأستاذ الكاتب/حماد السالمي المشرف على سوق عكاظ، والمؤرخ والكاتب/عيسى القصير على معلوماتهم التاريخية القيمة التي تطلبتها الدراسة، كما أشكر الدكتور/قاسم الدويكات الذي أمدني ببعض الأبحاث التي تطلبها البحث.

كما أتقدم بتقديري وشكري الخالص لزوجي الفاضل الأستاذ/جميل موسى مليباري، الذي عاش معي سنوات الدراسة والبحث مرها وحلوها، و لم يتوانَ للحظة عن الدعم المادي والمعنوي، وذلل لي الكثير من الصعوبات خلال عملي المكتبي والميداني، ولولا جهوده وتفانيه في تسهيل كل عسير وإخراج كل أمل مستحيل إلى حيز الوجود والإمكان، لما ولدت هذه الرسالة واكتمل بناؤها بين أيديكم، فجزاه الله كل خير، وعوَّضه جزاء ما قدَّم بركة في صحته وماله وعمره وولده وزاده من فضله، ولا يفوتني تقديم الشكر الجزيل لوالدتي العزيزة ديدني وملاذي فلولا دعواتها لي ما بلغت المنى، وأتمَّ الله عليَّ النعمة.

كما أخصُّ بالشكر أخي العزيز عبد الله حمزة مليباري على جهوده الكبيرة في إتمام العمل الميداني، أسأل الله له السداد والتوفيق، وأشكر صديقتي الغالية الدكتورة/ بسمة الرحيلي التي قامت على العمل الخاص بالنظم الجغرافية لإعداد خرائط الرسالة، كما كانت تدفعني دوماً نحو الأمام فبارك الله فيها وسدَّد مساعيها.

كما أتقدم بكل التقدير والامتنان لأخواتي وأسرتي وصديقاتي، اللاتي ساعدنني في جمـــع المراجـــع وطباعة الرسالة ودفعنني عند كل عثرة أو تراخٍ بالتشجيع والمساندة، لا حرمني الله منهم، كما أسأل الله العظيم أن يبارك فيهن ويجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم إنه سميع وبالإجابة جدير.

مستخلص البحث

تسعى هذه الدراسة إلى تتبع نشأة ونمو ظاهرة المحلات بالطرق التجارية والمراكز والمجمعات التجارية كأحد الظواهر الحضرية بالمدينة، ودراسة نمط توزعها الجغرافي الذي اتخذته خلال الكتلة العمرانية، ومحاولة تفسير ذلك النمط من خلال دراسة العوامل الجغرافية المؤثرة عليها، ومن ثم تصنيفها في مجموعات تبرز النمط السائد لأسواق المدينة، من خلال عدة أسس جغرافية .

وقد اعتمدت الدراسة على البيانات الأولية لأمانة العاصمة المقدسة والهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة عن الأحياء والقطاعات ومساحاتها وسكانها، واعتمدت الدراسة على العمل الميداني بصفة أساسية لسد فجوات النقص في مصادر الدراسة، كما أن دراسة الأسواق تعتمد بالدرجة الأولى على التطبيق أكثر من التنظير، لذلك عمدت الدراسة للمسح الشامل لكل أسواق المدينة، التي حددتها الدراسة بتحديد المواقع الجغرافية والفلكية وخصائصها المكانية، إلى جانب دراسة خصائص المتسوقين فيها، وبالاعتماد على استمارة الاستبيان وبطاقة العمل الميداني، لجمع كافة البيانات المطلوبة منذعام١٤٢٨-١٤٣٠هـ، مستخدمة لعدة أساليب إحصائية مثل تحليل كيرنل والجار الأقرب والتباين البسيط، إلى جانب عدة مقاييس منها: النصيب المتعادل ومتوسط التباعد ونسبة التركز في المساحة المعيارية وحساب منطقة النفوذ والدليل الوظيفي، ثم مُثلت في ستين جدول وثمانية وخمسين شكلاً وإحدى عشر صورة.

وقد ظهرت نتائج الدراسة مثبته لتركز الأسواق الشريطية في أحياء القلب القديم والمنطقة الانتقالية في حين توزعت الأسواق المركزية في المنطقة الانتقالية والهامشية، ونتيجة لذلك حازت أحياء محدودة على كلا النوعين من الأسواق وهي العزيزية والتقوى والمعابدة والشهداء والخنساء والضيافة والعمرة، بينما خلت أسواق أخرى منهما، وهي: العمرة والعوالي وولي العهد والحمراء وأم الجود والملك فهد، وهو اختلال واضح في التوزيع، بينما تركزت الأسواق في جميع القطاعات العزيزية والمعابدة والعتيبية وخلت منهما الشرائع والعمرة، وذلك بتأثير الطبيعة التضاريسية والحجم السكاني والنمو العمراني واستخدامات الأراضي والسياسات الحكومية وقوة المنافسة، نتيجة تداخل نطاقات نفوذ الأسواق داخل وخارج المدينة، وقد طُبعت أسواق المدينة بصغر الحيز المكاني وحجم المتسوقين، وتقلص نتيجة لذلك نطاق خدمتها، مع ما تتمتع به من تنوع في الشريطية وتخصص في المركزية، مازال المستفيدين منها يتطلعون لرفع مستوياتها ومعالجة مشكلاتها المكانية، وتفعيل وظائفها المنوطة بها، لتكون أقدر على إشباع حاجات.

الطالبة	المشرف على الرسالة	عميد كلية العلوم الاجتماعية
أشواق بنت حمزة مليباري	د. أحمد البدوي الشريعي	أ.د. محمد مسفر القرني

فهرس الموضوعات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

الفصل الأول

التعريف بموضوع الدراسة

- المقدمة
- مصطلحات الدراسة
- موضوع الدراسة وأهميتها
- مشكلة الدراسة
- أهداف الدراسة
- فرضيات الدراسة
- الإطار النظري والدراسات السابقة
- منهج الدراسة
- مصادر بيانات الدراسة
- مقاييس تحليل البيانات
- الصعوبات التي واجهت الباحثة
- هيكل الدراسة

المقدمة

(١-١) التعريف بموضوع الدراسة

لقد لعبت المدرسة الجغرافية الألمانية دوراً بارزاً في إرساء العديد من النظريات الاقتصادية؛ ولذلك كانت بحق مدرسة النظريات، أما المدرسة الجغرافية الأمريكية، فقد تبنت العديد من الاتجاهات النظرية، وهذا ما اختلف عنه دور المدرسة الجغرافية الفرنسة المعتمدة على التطبيقات؛ لذا فلموضوع الدراسة أهمية خاصة لتبعيتها لأحد الجوانب التطبيقية في الجغرافيا الاقتصادية.

وقد اختلف محتوى الجغرافيا الطبيعية عنه في الجغرافيا البشرية، فقد أضحت أكثر استقراراً في الجغرافيا الطبيعية، بسبب تأخر اهتمام الجغرافيين بالظواهر البشرية، وحتى حين دراستها كان ينظر إليها على أنها نتيجة للعوامل الطبيعية، بيد أن محتوى الجغرافيا البشرية خضع لمبدأ التجربة والخطأ عند دراسة بعض الظواهر البشرية مقلدين في هذا العلوم الأخرى؛ ونتيجة لذلك نجد أن أوائل من اهتموا بالبحث في مجال الجغرافيا البشرية قد حصروا أنفسهم في مواضيع محددة، وذلك خشية أن يتطرقوا إلى مواضيع أخرى تجعلهم عرضة للنقد والخروج عن المحتوى الجغرافي، وفي هذا المجال يجدر بنا أن نذكر وجهة نظر "فلير" أبو الجغرافيا البشرية وهو يرتب مواضيع الجغرافية البشرية ويحصرها في ثلاثة مجموعات : الحياة الحياة الجديدة والحياة الطيبة،وربما اختلف هذا وإلى حد كبير مع ما ذكره باتريك جيدز Patrick Goddes والذي حدد نفس العلم بثلاثة جوانب أساسية هي دراسة المكان والعمل والناس. ولا تود الباحثة الخوض في هذا الموضوع كثيراً، وإنما تشير إلى اتفاق الجغرافيين على محتوى الجغرافيا الطبيعية وإن اختلفوا على محتوى الجغرافيا البشرية.

وهن نؤكد بأن موضوع الدراسة الحالية قد اكتسب ختم الصلاحية –إذا جاز التعبير– فهو ذو أصل جغرافي أصيل وله هوية جغرافية واضحة، فالأسواق ظاهرة محددة وواضحة ممثلة على الأرض، وموضحة على الخرائط التفصيلية التي تعني بالحضر، وهي ذات حيز مساحي كبير ولها وظيفة أساسية محددة، وتختلف في نمط توزيعها داخل منطقة الدراسة طبقاً لتأثير العديد من العوامل والضوابط المحيطة بها والمؤثرة عليها، والتي تباينت عبر العصور.

وفي ضوء ذلك يمكن القول أن الجغرافيا امتازت بازدواجية الشخصية بين الطبيعي والبشري من خلال عدة مفاهيم ستتعرض لها الدراسة :

- وصف ظاهرة الأسواق(ظاهرة اقتصادية)كظاهرة موجودة على الأرض؛ لتحقيق مفهوم مدرسة اللاندسكيب المعني بوصف الأرض.
- دراسة أثر البيئة الطبيعية على النشاط الاقتصادي الذي تمارسه الأسواق؛ لتحقيق مفهوم المدرسة الحتمية.

- دراسة التباين والتشابه بين الأسواق من مكان لآخر على رقعة المدينة وتفسيره؛ وذلك مفهوم مدرسة التباين المكاني.
- دراسة التنظيم المكاني للأسواق وفهم كيفية توزعها بالمدينة متأثرة بـالمجتمع الـذي تعـيش فيه،لتحقيق مفهوم المدرسة الإمكانية.

وهذه هي الجوانب الرئيسة التي ستتناولها الدراسة للظاهرة الاقتصادية (الأسواق) قيد الدراسة، والتي تعد من أهم الظواهر الحضرية ذات النشاط المباشر بالمدينة.

وإذا ما تتبعنا أصول نمو مدينة مكة المكرمة؛ نجد أن قديمها كان مركزاً لممارسة الأنشطة التجارية والاجتماعية والاقتصادية، و لم تتميز عن بعضها إلا بنوع السلعة والنشاط فيها، أما حديثها فقد تأثر في وظيفته ونشاطه بالتغيرات التي عاشتها البنية الاقتصادية في المملكة العربية السعودية، والتي من أبرزها الطفرة الاقتصادية الناتجة عن مدخلات النفط، والتي كانت نقطة تحول لمختلف جوانب الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية؛ ونتيجة لذلك وجهت السيولة النقدية-لدى المستهلك- جهود الاقتصاديين والمستثمرين لإيجاد أنماط سوقية أكثر حداثة، وأقدر على تلبية متطلبات المستهلك الحديث، والمختلف قطعاً عن المستهلك البسيط(التقليدي)، فظهرت الأسواق الاستهلاكية والمجمعات التجارية ومتاجر السلسلة... وتباينت الأنماط السوقية، الأمر الذي يفتح مجالاً واسعاً للبحث.

وتتجلى أهمية الأسواق في ارتباطها بالنمو العمراني المتجدد المتأثر بظهور عدة متغيرات اقتصادية واجتماعية، وولادة تقنية تكنولوجية أثرت المجتمع السعودي حديثاً، وأنعشت محيطاً صالحاً للأسواق، باتت خادمة للحواضر الكبرى وما جاورها، مما أهلها لتلبية الاحتياجات اليومية والأسبوعية والسنوية من الضروريات (غذاء وكساء وكماليات) وهي حاجات متجددة، منحت نقاط توزيعها سمات ومستويات متباينة لابد من وضع حد فاصل وواضح بينها.

١-٢ مصطلحات الدراسة:

لذا لابد من عرض أهم المصطلحات والمفاهيم الأساسية بالدراسة كأساس مهم لإبراز ما تتناوله بالتحديد وما يخرج من دائرتها البحثية، ولنبدأ بأبسط تلك المفاهيم:مفهوم السوق Market وهو المكان الذي تساق إليها الأشياء-السلع والخدمات- ويقع فيها البيع والشراء، ويقال تسوق القوم أي باعوا واشتروا، والمفرد من السوق يحمل مسمى حانوت أو دكان أو مؤسسة أو محل تجاري، كما كانت تعرف باسم الخان أو القيصرية أو البلازا، ويقع غالباً في وسط المدينة، (حبيب،١٤١٩هـ،ص٦٥)، فهو إذن مكان يمتد على رقعة جغرافية معينة، ومعناه الموقع المكاني أو التنظيمي الذي يُمكّن الأفراد والبائعين والمشترين والشركات والدول لسلعة معينة من الاتصال مع بعضهم البعض، والإحاطة بكل المعلومات المتعلقة بهذه السلعة، وقد اتجهت مواقع أسواق المدينة للانتقال

بأنشطتها الاقتصادية الأولية والثانوية من التركز في مناطق محدودة من سطح المدينة–على أبواب المسجد الحرام–إلى انتشارٍ أوسع في النظام الحضري في الأنشطة الثالثة(الخدمات) حتى أصبحت تسعى ليس للبيع والشراء وحده؛ وإنما لتقديم مختلف خدمات ساكني المدن والقاطنين في الأقاليم التابعة لها (أبوصبحة،٢٠٠٣م،ص١٤٥).

ومن هذا المنطلق يمكن القول أن السياق المكاني لأنشطة التسويق ينقسم إلى منظورين مختلفين تماماً، المنظور الأول المفهوم الواسع العالمي باعتباره متعلقاً بالتجارة الدولية، وفي هذا الجانب ينصب الاهتمام حول الأنماط العامة للطلب من قبل الدول، ومواقع ومراكز الإنتاج والاستهلاك الرئيسة، أما المنظور الثاني فهو المفهوم الضيق المحلي، والذي تتركز الدراسة فيه على المحلات التجارية الصغيرة، وفي هذه الحالة يتركز الاهتمام حول السلع التوزيعية لتجارة التجزئة، وتجارة الجملة والأنشطة الخدمية المتعلقة بها، وذلك من منطلق أنها مناطق تجمع مستهلكي هذه السلع والخدمات والمراكز التجارية الواقعة داخل هذه المناطق، وهذا المفهوم الأخير هو البؤرة التي ينساق نحوها موضوع دراستنا الجغرفية، والتي يتفق فيها التسويقين والجغرافين حول أهمية المكان والتخطيط، وقياس مواقع الأسواق وصولاً إلى التوقع بالأداء الوظيفي للمحلات التجارية، في إطار التفاعل الجغرافي بين الانسان ومحيطه بكل عناصره والتي منها الأسواق.

ولذلك يعني مفهوم جغرافية التسويق بالعلم الذي يبحث في دراسة أنماط الأسواق ومنافذ التوزيع وامتداد نطاقاتها وطرق قياسها وسلوك المستهلك وذوقه ورغباته بغية التوصل لتأثيراتها، وبناء على ذلك فجغرافية التسويق تتناول دراسة المكان من خلال التسلسل المكاني للسلعة من المصنع لمنفذ التوزيع والتفاعل المكاني (محمد، ١٤١٢هـ،ص٤٢٢-٤٢٣)، بينما تعنى جغرافية التسوق بدراسة أوجه التفاعل المكاني لهذه التسلسلات بواسطة الظروف المكانية التي تتدفق فيها البضائع والمعلومات والسكان عن طريق التبادل اليومي للسلع، أي أن جغرافية التسوق جزء من جغرافية التسويق، ولكن دون توافق في توجهها التطويري، وإنما دراسة وصفية تحليلية تبحث في طبيعة الأداء، وهذا يظهر ترابطاً حلقياً بين المفهومين، وهما تكامليان–وجهان لعملة واحدة– وتعود أصولهما النظرية لابتداع ديفيد تورب David Thorpe والباحث في دراسة أهمية تجارة التجزئة والإجمالي بوحدة الأبحاث في المملكة المتحدة، وما ستعكسه على مستقبل جغرافية التسويق البريطانية، والتي ركزت على واقع المراكز التجارية وحدودها ونطاقاتها الجغرافية، مما شكل نمطين متكاملين للدراسات:

- دراسة التوزيع المكاني لمراكز التسويق بالمدن وتأثيرها على الريف المجاور (التوجه الأمريكي)
- دراسة مواقع مراكز التسويق وعلاقتها التبادلية بين مدنها والضواحي المجاورة لها، لمعرفة المنابع التي تتفجر منها تدفقات المتسوقين نحو تلك المراكز (التوجه البريطاني)

وقد تكون منتجات المستهلك ومنتجات الأعمال في شكل سلع أو خدمات أو أفكار أو أشخاص أو أماكن، وتركز الدراسة هنا على دراسة الأسواق المقدمة للسلع والخدمات، لذا بات من الضروري التفريق مابين مفهومي السلعة والخدمة:

- السلع ملموسة أي التي يمكن لمسها باليد أو رؤيتها بالعين أو تذوقها، مثل الأطعمة والملابس وغيرها، أما الخدمات فتمثل أشياء غير ملموسة مثل خدمة النقل والصحة والتعليم والخدمات العامة والترويحية.
- يمكن إنتاج وحدات من السلعة متماثلة تماماً، بينما يصعب ذلك في الخدمات، فيصعب الحصول على خدمات متماثلة تماما من نفس السوق، وحتى من نفس المكتب الخدمي، ولو كان لنفس المتسوق في أوقات مختلفة.
- تنفصل السلع عن شخصية من قام بإنتاجها، بل نقوم باستهلاك وحداتها دون أن نعرف شيئاً عن شخصية منتجها، ولا يمكن فصل الخدمة عن شخصية مؤديها، فيحرص الفرد على محل معين للحصول على خدماته مثلاً.
- السلع قابلة للتخرين ويترتب على ذلك اختلاف وقت إنتاجها عن وقت استخدامها، ويقوم التخرين بتحقيق التوازن بين الوقتين، أما الخدمات فهي غير قابلة للتخزين، وبالتالي يجب تسويق كل الوحدات المنتجة منها في نفس الوقت، فلا يمكن تخزين مقاعد السينما أو المسرح الخالية من المشاهدين.
- ينتظم الطلب على كثير من السلع ويتميز بشكل معين حسب طبيعة السلعة، بينما يتقلب الطلب على الخدمات، وغالبا لا يمكن تحديد شكل منتظم له على مدار السنة؛ مثل الطلب على الخدمات الصحية والفندقية والسياحية.
- لا يتدخل مستهلك السلعة في نظام إنتاجها أو تسويقها بشكل مباشر، بينما المستفيد من الخدمة قد يتدخل في أدائها ويؤثر على مستوى هذا الأداء، وتتوقف جودة أداء الخدمة على المستفيد منها وخصائصه وإمكانياته وتقبله للخدمة.

والسوق هو النواة المقدمة للسلع والخدمات والتي تشكلت منها كافة أنواع الاستخدام التجاري التي تمخض عنها عدة أنماط، ومنها نمطين فقط، ستتناولهما الدراسة:

أولاً: الأسواق الشريطية Ribbon Development Shopping :

وهي عبارة عن مؤسسات تجارية متباينة في مساحاتها تمتد على جانبي الطرق التجارية بالمدينة، تأخذ شكل المحور الذي تمتد على طوله، ويمكن تسميتها بالأسواق المحورية أو الشريطية، وذلك نظراً لارتباطها الوثيق بالمحور (الطريق) فهي تحيا عليه وبه تضمن البقاء، وهي تنبع من منطقة الأعمال المركزية حتى تصل المدينة بمراكز عمرانية أحدث (النحاس،١٤١٩،ص١٩-٢٣)

وتمتاز هذه المنشآت بعدة سمات من أبرزها: أنها تقدم سلعاً وخدمات سريعة التجهيز والإعداد، فهي مرتبطة بالحد الأدنى لمتطلبات المتسوق، كما أن رحلتها السوقية لها يومية، بسبب ضرورة السلع المباعة فيها، والذي يعكس ارتفاع حجم الطلب عليها؛ لذلك فهي مرتبطة بالتدفق المروري على الطرق الواقعة عليها (مصيلحي،٢٠٠١م، ص٣٥٨-٣٥٩)

ثانياً: الأسواق المركزية Shopping Centre:

وهي مفهوم يضم المجمعات والمراكز التجارية التي بدأت في الانتشار خلال الفترة ١٣٩٥/١٤٠٥هـ بالمملكة (أبو ركبة ، ١٤٠٦هـ،ص٤١) والتي يمكن إيضاح مفهوميها على النحو التالي:

١/المراكز التجارية:

وهي المنشآت المفتوحة والتي تتمركز في موقع واحد، وتقدم نشاطاً واحداً في الغالب، والذي يُسهل على العملاء المقارنة بين الأسعار ومستوى جودة المعروضات، وقد وصفتها وزارة الشؤون البلدية والقروية بأنها المراكز التجارية المتكونة من مجموعة من المحلات المفتوحة والممتدة أفقياً فقط. قد يكون مبنى واحداً أو عدة مبانٍ في موقع واحد، تديره إدارة واحدة، وقد يكون متخصصاً في سلعة محددة أو متنوع السلع.

٢/المجمعات التجارية:

هي منشآت مغلقة تتكون من مبنى واحد يضم أكثر من دور، وهي مبانٍ ضخمة ممتدة أفقياً ورأسياً، ويتجاور مقدموا الخدمات في أجنحة متلاصقة وأخرى متقابلة، تتباين المسافات الفاصلة بينها(٢-٦متر) ويتخلل الامتدادات الأفقية والرأسية خدمات خاصة للمتسوقين، أما أنشطتها وبضائعها فهي أكثر تنوعاً واتساعاً من المراكز التجارية، فهي تقدم النشاطات التجارية والخدمية والثقافية والترفيهية، ولها إدارة مركزية تحافظ على أمنها ونظافتها وصيانتها...(بيانات أمانة العاصمة المقدسة،١٤٢٥هـ)

وتختلف المجمعات التجارية عن المراكز التجارية اختلافاً بسيطا في المورفولوجية التي تتكون منها، حيث تقتصر المراكز التجارية على الامتداد الأفقي ومساحة أقل للمركز وتخصصات أضيق في السلع المباعة، وتنعدم فيها صالات الترويح ومحلات الألعاب المغلقة مثل: البلياردو والبولنج والتزحلق على الجليد، والمقاهي والكافيتريات.

في حين أنهما يتشابهان في وجود قلب مركزي لتوزيع المتسوقين عليه أفقياً ورأسياً، وقد يضما عدة مبانٍ متجاورة، ترتبط مع بعضها أفقياً، أما تغذية المجمع بالمشاة فمن المداخل الجانبية للدور الأرضي حيث المصاعد والسلالم العادية، أما السلالم الآلية فتظهر في القلب المركزي لربط الأدوار، ويتعامل كل الزائرين مع المحلات المطلة على الطرقات المحيطة بالقلب وهي الأكثر جاذبية، لذا تتميز بارتفاع أسعارها عن المحلات الداخلية في الممرات الفرعية نقلاً عن(http:www.momra,gov.s/stip.١٢p) كما

تشتمل المجمعات والمراكز التجارية على مواقف للسيارات طولية أو مساحية، إما حول السوق أو في أدوار سفلية له.

ويمكن جمع هذين المفهومين (المراكز والمجمعات التجارية) تحت مسمى واحد يعرف بالأسواق المركزية، باعتبارهما أحد الأنماط السوقية الحديثة التي يشملها هذا المفهوم. ويظهر خلط كبير بين هذين النوعين، ربما يعود هذا الخلط إلى حداثة ظهورهما كمؤسسات تسويقية مكملة لتجارة التجزئة بها، وبالتالي كان الاهتمام بهما محدوداً من حيث التنظيم والدراسة، وهو الجانب الذي تسعى الدراسة الحالية لتحليله.

وقد اشترطت الدراسة شمول وحدات الدراسة من الأسواق المركزية على سمات عامة لها وهي:

- التخطيط المسبق للاستعمال التجاري.
- تنوع المحال التجارية وتكاملها.
- الملكية الموحدة للسوق.
- الإدارة المركزية الموحدة للسوق.
- المواقف المخصصة للسيارات.(أبو ركبة، ١٤٠٦هـ،ص١٦-١٩)
- أن لا يقل عدد المحلات التجارية بالسوق المركزي عن ١٠ محلات كحد أدنى.

في حين طُبقت الدراسة في الأسواق الشريطية على الشوارع التجارية بالمدينة فقط؛ والتي اعتمدتها أمانة العاصمة المقدسة في تصنيفاتها.

وبناء على ذلك تستثني هذه الدراسة المحلات الصغيرة الحجم (البقالات) والموزعة داخل الأحياء، وبالتحديد المتآخمة مع المجاورات السكنية (إيلام ،١٤٠٤هـ،ص٥) والتابعة لمحطات البنزين، كما يخرج منها الأسواق المؤقتة التي تقام مرة في الأسبوع أو في يوم أو موسم معلوم-كخيام التسوق- أيضاً يخرج منها أسواق الحراج المفتوحة التي تبيع السلع المستعملة، كما توجد أيضاً أسواق الأحياء السكنية والتي تركز على السلع الغذائية والملبوسات، إلا أن من أبرزها المحلات التجارية بالمنطقة القديمة والمعروفة في المدن العربية، ومنها المجمع الاستهلاكي Super Market المكون من مبنى واحد كبير الحجم ودور واحد، كما توجد متاجر الأقسام Department Stores التي تصنف كل نوع من السلع في أقسام متخصصة، كما توجد متاجر السلسلة Chain-Stores التي تتشابه في تصميمها وسلعها المباعة وتتوزع في عدة أحياء من المدينة، وجميع هذه الأنماط القديمة والحديثة تخرج من إطار دراستنا، كما يخرج من هذه الدراسة الأبراج التجارية التي تضم المكاتب والمصارف والعيادات الطبية كنشاط بحت، أيضاً يستثنى من هذه الدراسة الأسواق المركزية التابعة لأبراج أو مبانٍ سكنية، والتي يشغل فيها النشاط التجاري جزءاً منها كنشاط ثانوي يتبع الوظيفة السكنية، كما ستستثنى جميع الأنواع التي سبق إيضاحها والتي لا ينطبق عليها خصائص الأسواق المركزية سابقة الذكر، أو الأسواق الشريطية التي لم ترد في بيانات أمانة العاصمة المقدسة.

١-٣ موضوع الدراسة وأهميتها:

تعد الأسواق أحد أهم النقاط الحيوية في المدينة والتي يحتاجها سكان المدن خاصة وعلى مختلف مستوياتهم وحاجاتهم، ومع ذلك تفتقر إلى الدراسة والتخطيط المسبق لنشأتها، حيث إن خضوعها للعشوائية ولد الكثير من المشكلات المكانية والبشرية، والتي من أبرزها الاختناقات المرورية وصعوبة الوصول؛ وضمور نشاطها، وفقدها للصيانة والرقابة والمتابعة...خاصة إذا ما تضافرت عليها عوامل المكان والزمان بتعقيد مشكلاتها، والتي يصعب تجاوزها أو الاستغناء عنها، مما يشير إلى وجود عوامل طبيعية وأخرى بشرية، تضعف دورها الوظيفي البالغ في ضرورته؛ خاصة إذا ما ارتبطت بوظيفة المدينة الدينية، إلى جانب توائم الظروف الاقتصادية المشجعة للتوجه لهذا النوع من الأسواق، حتى أصبحت أكثر جاذبية لدى المجتمع السعودي من ذي قبل، وهذا من أقوى دوافع الباحثة لسبر أعماق هذا الموضوع. كما غذتها ميول الباحثة نحو أبحاث الجغرافيا الاقتصادية وجغرافية التسوق والتسويق.

ولذلك ستتناول الدراسة بذور النشاط التجاري في مدينة مكة المكرمة وتطور أسواقها لتصل إلى الصورة العامة لخصائص نمط توزيع الأسواق، في محاولة لفهم طبيعة العوامل الجغرافية المؤثرة عليها، ومن ثم تصنيفها وتنظيمها، وإبراز أهم سماتها.

وهي دراسة تطبيقية تعتمد على استخدام نظم المعلومات الجغرافية لبناء قاعدة معلومات رقمية للأسواق والعوامل المكانية والبشرية، والتي تسهل كثيراً من عملية التحليل التي تأتي على الدقة المطلوبة، في الكشف عن طبيعة العلاقات والأنماط التوزيعية في الوقت الراهن، ومدى حاجة تلك المواقع إلى تطوير لتؤدي وظيفتها التجارية بالمستوى المطلوب، ومدى احتياج المناطق الجديدة لها.

وتعتبر دراسة مواقع الأسواق من الأمور التي اهتم بها الجغرافيون والمشتغلون بالشؤون الاقتصادية والتخطيط الإقليمي، وإن اختلفوا في الزوايا المبحوثة والمحتوى المدروس لها، إلا أن المنهج العلمي للبحث هو ما يجمعهم، وهو طريقة تنظيم البيانات والمعلومات والأفكار، للخروج بعملية تكاملية لتحليل وحدة الدراسة كنقاط خدمية مهمة بالمدينة، وهي مرتبطة بمراحل النمو بالمدينة، والتي واكبتها عدة ظروف وطفرات اقتصادية وأخرى اجتماعية وسياسية، ولا شك أن وضوح طبيعة نمط التوزيع سيخدم مخططي المدن في تتبع ثغرات التوزيع الحالي، ومن ثم سدها بتحديد المواقع المثلى لها، بتفعيل أدوار العوامل الجغرافية ذات العلاقة الإيجابية بها، وتقليص العوامل الجغرافية ذات العلاقة السلبية معها، سيساعد هذا الوضوح في فهم رغبات الناس؛ إذ يعد عنصر السكان القالب الذي ينصهر فيه نشاط المدينة، ويكسبها الهيكل التنظيمي الذي يضمن لها البقاء، ولاشك أن مثل هذا النوع من الضبط سيخدم رجال الأعمال لتوجيه برامج استثماراتهم إلى المناطق الأفضل، والمحقق لربحية أكثر؛ ولذلك ستضفي هذه الدراسة خطوة

إيجابية مساعدة لإبراز جوانب القصور في التوزيع الراهن للأسواق، ومن ثم إمكانية التعديل أو تلافي الوقوع فيها مستقبلاً.

واليوم تتضافر العوامل الموضعية والسكانية والتكنولوجية بمدينة مكة المكرمة، لجعل الوظيفة التجارية أكثر تناسباً مع متطلبات العالمية، والتي هيأتها لتلبية احتياجات التنوع السكاني المتجدد والاحتياجات المعيشية المتصاعدة، من خلال أنماط سوقية أحدث وأوفى بمتطلبات الاقتصاد الحديث، وهي النقطة الحاسمة التي ولدت بين أحضانها الأسواق الحديثة، وتزايدت بها أعداد المحلات التجارية مساورة للطرق الحضرية، والتي تطمح الدراسة الحالية لتناولها كموضوع حيوي لم تطرق أبوابه في مدينة مكة المكرمة على وجه الخصوص.

كما أن لهذه الدراسة أهمية أكاديمية تتمثل في كونها أول دراسة علمية – على حد علم الباحثة– تتناول الأسواق الشريطية والمركزية بمدينة مكة المكرمة، متتبعة للنشأة والتطور والتوزيع، ومدى عدالته بين أحياء وقطاعات المدينة، ومن ثم تصنيفها، معتمدة في ذلك على نظم المعلومات الجغرافية كأداة، حيث حصرت مواقع كافة الأسواق الشريطية والمركزية بخصائصها المكانية والوصفية في قاعدة بيانات جغرافية واحدة، ومن ثم توفر مجموعة من الخرائط الحديثة والرقمية لظاهرة الأسواق.

١–٤ مشكلة الدراسة:

إن من أبرز مشكلات مدن الدول النامية النمو السريع غير المحكوم لنطاق المدينة العمراني، والذي لا يخضع إلى تنظيم متكامل بين خطط الجهات الحكومة، والتي من المفترض مراعاتها لتوازن المدينة أثناء امتدادها وتوزع الثقل الخدمي عليها، مما يولد الكثير من مشكلات الاتصال والترابط بين أجزائها، ويشكل بقعاً تتركز فيها الخدمات، وفجوات تعاني من فقد الخدمة أو بعدها عنها، ومدينة مكة المكرمة هي إحدى المدن الرئيسية بالمملكة العربية السعودية، والتي تمتاز بالنمو السكاني السريع من خلال الهجرة –الخارجية والداخلية– والزيادة الطبيعية، مما يتطلب تزايد المساكن لاستيعاب تلك الزيادات السنوية، حتى أصبحت الوظيفة السكنية هي الوظيفة الأولى التابعة للوظيفة الدينية للمدينة، وهي تغذي ربيبتها الوظيفة التجارية؛الوظيفة التلقائية الناتجة للاستقرار والإنتاج؛ لذلك فهي تحتاج أن تزداد نقاط أسواقها تبعاً لتلك الزيادة في النمو، مما يعكس مدى قوة الترابط والتداعي فيما بينهما، الأمر الذي جعلها تفتقد للتنظيم، وتخضع لهوى ورغبات المستثمرين ورجال الأعمال، والذين يبحثون عن الربح لأقصى حد دون مراعاة السمات المكانية للمنطقة المقام فيها السوق، مما ترتب عليه الكثير من المشكلات البيئية والمرورية والعمرانية والسكانية المعقدة، والتي تؤثر بالتأكيد على عملية التسوق وتحفها بالكثير من الصعوبات، مما حفز الباحثة لتناول هذا الموضوع، لتبحث في أصول ارتباط مدينة مكة المكرمة بأسواقها، وما نمط التوزيع فيها، وكيف أثرت العوامل الطبيعية والبشرية عليها، كما تسعى الباحثة للكشف عن أبرز سمات التوزيع وتتبع العناصر الرئيسية لنظام التسوق، كما أن المتتبع لأنماط

منافذ البيع يلاحظ مدى ما تتمتع به من تباين في المستويات، وسرعة في النمو وتزايد العدد، مما يفتح آفاقاً أرحب لدراسة مدى استجابة السكان وتجاوبهم معها، ومدى جدواها في خدمة المستثمر والنطاق المكاني والبشري المحيط بها، كما يعكس طبيعة الظروف الاقتصادية في الفترة الأخيرة، ومنها تشجيع البنوك الحكومية والأهلية للتوجه نحو هذه الاستثمارات، بتوفير القروض الميسرة والبيع بالأقساط وزيادة الرواتب السنوية للمواطن السعودي، مما سيدفع بالكثير من المستثمرين لطرق هذا الباب، خاصة وأن عادات الشراء للمستهلك السعودي قد اندفعت نحو التسوق الاستمتاعي، مما ينبئ بولادة أنماط حديثة ومبتكرة من الأسواق ومن سلوك المتسوقين، تشهدها الأسواق المكية في السنوات القادمة، وهذا يمنحنا فرصة الربط بين أصول النمو، وفروع التطور لظاهرة الأسواق، كأحد الظواهر الحضرية المهمة، وهو جانب حيوي خاضته دراسات ونظريات كثيرة، تسعى الدراسة الحالية لوضع لبنة في بنائها الأصيل، مما ينم عن الأهمية العلمية لموضوعها، والتي باتت جديرة بالبحث.

١ –٥ أهداف الدراسة:

إن الجغرافيا لا تهتم بالظواهر بذاتها، بقدر اهتمامها بالعلاقات المتبادلة بين الظاهرة وإقليمها الذي تقع فيه؛ لذلك فمن الطبيعي تناول العلاقة التفاعلية بينهما؛ لذلك سعت الباحثة إلى تتبع الأطوار التاريخية التي مرت بالأسواق وربطها بأصول نمو المدينة. ثم تناولت تحليل أنماط التوزيع بغرض التعرف على مدى تناسبها لتحقيق رغبات سكان المدينة، واحتياجاتهم من سلع ومواد غذائية يومية وأخرى دورية الحاجة، كما تهدف الدراسة الحالية إلى البحث عن أقوى العوامل الجغرافية تأثيراً في تشكيل نمط توزع الأسواق المركزية والشريطية بالمدينة، مما يسهل به تفسير ظهورها ومدى ديمومتها وتطورها، الأمر الذي يمكن من خلاله التنبؤ بمستقبلها، كما صنفت الدراسة هذه الأسواق في مجموعات منتظمة، معتمدة على أسس جغرافية نوعية وأخرى تحليلية، وقد استخدمت الدراسة نظم المعلومات الجغرافية في توثيق التوزيع الحالي لمواقع الأسواق الشريطية والمركزية.

١ –٦ فرضيات الدراسة:

ترى الباحثة أن الفرضية الجغرافية قضية تعبر عن العلاقات بين الظاهرات المختلفة، أو هي تخيل علمي يستعان به في تفسير الظاهرة، وهي تشبه الرأي لدى الشخص العادي في يومه الاعتيادي، ويتم اختبار صحتها من خلال خطوات البحث القارئة للبيانات والمعلومات والحقائق، ومن الأفضل أن تكون على هيئة تصورات تستحق التحليل والتفسير (بدر،١٩٧٩م،ص٨٨–٩١) وعلى ضوء هذا تبنت الدراسة الفرضيات التالية:

- ازدادت الوظيفة التجارية تأصلاً بمدينة مكة المكرمة في العصر الإسلامي.
- توجد علاقة عكسية ما بين مساحة الأحياء والقطاعات مع نصيبها من الأسواق.
- تنجذب مواقع الأسواق نحو المناطق المتضخمة سكانياً بتركزات شديدة.

- يغلب على أسواق مكة المكرمة نمط السوق الصغير سواء في الحجم المكاني أو حجم المتسوقين أو مدى نفوذها.

١ – ٧ الإطار النظري والدراسات السابقة:

ازداد اهتمام الجغرافيون (الأمريكيون) بجغرافية التسويق عمقاً بعد الحرب العالمية الثانية، حيث شهدت تلك الفترة تطورات ضخمة على المجتمع الأمريكي، الأمر الذي انعكس على الاتجاهات التسويقية، والتي وضعت في أولوياتها إرضاء المستهلك بالدرجة الأولى، فظهرت مراكز التسويق ومحلات خدمة النفس على مدار الساعة وظهر نظام إيصال السلع للمنازل واتسع مجال البيع بالتقسيط، هذا التوسع انعكس على الأبحاث الأمريكية، التي ركزت على العلاقات المكانية بين المراكز التجارية وما جاورها من مناطق تجارية، لتخرج الجغرافيا من دراساتها النظرية إلى دائرة التطبيق في الدراسات الحقلية.

انتقلت بعد ذلك جغرافية التسويق إلى مرحلة التطوير والتطبيق لنظريات التسويق المكانية بارتباط الجغرافيين والمخططين؛ وعلى رأسهم بريان بري Brian Berry الذي وظف بحثه في نظرية الموقع المركزي لأغراض التخطيط بولاية شيكاغو، وفي نفس الاتجاه سار لاكشمانان Lakshmanan وهانسن Hansen الذين قيموا حجم تطور مراكز التسويق في مدينة بالتيمور بتقديم دراسة حقلية عن نظرية التفاعل العام .

ولقد شهدت أوائل الثلاثينات توجهات نحو دراسة تركيب أنماط التجارة في المدن، والتي قام بها أبليام Applebaum عن مدينة سنسيناتي في ولاية أوهايو؛ ورولف في مدينة بالتيمور في ولاية بنسلفانيا، والتي صنفت المواقع المكانية لمراكز التسويق وأنماطها؛ لحقتها دراسات حقلية لإكمال التصنيفات السابقة بظهور منطقة تسويق مركزي ومراكز جوار، والمراكز الفرعية وأسواق الشوارع الضيقة، وقد عمل الجغرافيون في هذه المرحلة كمستشارين في مجال التخطيط بالمؤسسات التجارية بلندن، ومنهم وليام كاريثرس William Camuthers الذي مارس التخطيط في وزارة الإسكان ومجلس مدينة لندن الكبرى، أما درك دياموند Diamond فقد اهتم بالحجم التسويقي بالمدن الجديدة، إضافة إلى دراسات حقلية لديفز روس Daves Rossعن سلوك المستهلكين لتحديد وظائف وفوائد مراكز التسويق في مدينة كوفنتري(محمد، ١٤١٢هـ،ص٤٤٤)

ليتمخض عن تلك القفزات عدة نظريات اقتصادية كان في طليعتها:

نظرية الموقع المركزي لكريستلر: وهو نموذج واضح لدراسة نمط تجارة السلع الاستهلاكية والخدمات، وعلاقتها بالموقع وما جاوره، ويمكن من خلالها الحصول على أقصر الطرق من موقع الخدمة إلى جميع المواقع داخل نطاق هذه الخدمة، والهادفة لتفسير نمط التوزيع للمناطق المدنية الكبرى، والتي تقدم خدماتها لما جاورها من المناطق الحضرية، ولقد طُبقت على دراسة الكثير من الظواهر البشرية، كدراسة توزيع المدارس والمستشفيات ومراكز الشرطة ومراكز التسوق، فهي ترى أن المكان المتوسط هو مركز

السوق الذي تتبادل فيه السلع والخدمات بين الوافدين لهذا المكان، وهو يتسم بأكبر قدر من سهولة الانتقال بالنسبة لسكان المناطق المحيطة، وتتنافس تلك المراكز لأداء دورها الوظيفي، مما يُحدث نمطاً منتظماً حسب هذه النظرية، وتختلف نقطة البداية للحد الأدنى من المتسوقين لكل مركز، والذي يُمكّن الأسواق من القيام والبقاء في تقديم الخدمة، فنقطة البداية للسوق المركزي بالمدينة الكبيرة تبدأ من ١٥ألف نسمة، بينما تبلغ نقطة البداية لإقامة المحل الصغير ٢٠٠٠نسمة فقط، كما بنيت هذه النظرية على أساس مدى السلعة أوالخدمة، وهي المسافة القصوى التي يجد الناس في أنفسهم الاستعداد لقطعها والحصول على تلك السلعة أو الخدمة، إذ يُفضل أناساً الانتقال لمسافات قصيرة لحاجاتهم اليومية في حين يجذب السوق المركزي أناس من مسافة ١٠كيلومترات أو أكثر (الوليعي،١٤٢٤هـ، ص٢٢٤)

ولقد قوبلت تلك المعايير بالنقد من قبل بعض الباحثين الجغرافيين كوجهة نظر، لاقتناعهم بأنه لا يمكن تطبيق تلك المعايير على معظم مدن الدول النامية؛ إذ إنها لا تعتمد في تحديد مواقع خدماتها على قرارات علمية مدروسة، بل هو لتلبية حاجة السكان والوصول إلى الربح السريع دون الرجوع إلى أسس التخطيط السليم، الذي يبحث في تحقيق العدالة والمساواة التوزيعية (مصيلحي،٢٠٠٠م،ص٦٢-٦٨) بينما توجه ممفورد Mumford في عام ١٩٣٨م إلى عدم المبالغة في النظر إلى المدينة على أنها مركز تجاري لتجمع الأنشطة التجارية، بل هي قاعدة لمؤسسات تخدم إقليماً بأكمله، إلى جانب وظائفها الأخرى كالثقافية والفنية والسياسية، وهو الأرجح نظرياً خاصة في العصور الحديثة، والتي ساد فيها الاتصال عن بعد، مما وسع مجال التجارة المكاني ليمتد عبر المدن والأقاليم والدول والقارات.

ونظرياً تتوزع الأسواق المركزية في مراكز الأعمال الإقليمية بالأحياء الهامشية في مرحلتها الأولى، بعد نزوحها من منطقة الأعمال المركزية القديمة، أما حركة النزوح الحديثة فهي تتجه نحو الضواحي أو المحاور الهامة داخل النسيج العمراني للمدن الكبرى، ليسهل تقديم وظائفها التسويقية والمهنية والفنية والترويحية، ولقد شكلت المحاور النقلية السريعة وتقاطعاتها، والأحياء المجاورة للمنطقة المركزية، والأحياء الداخلية المخططة عمرانياً أبرز نقاط الجذب للأسواق المركزية (مصيلحي،٢٠٠١م،ص٨١-٣٦٠). في حين أن الدراسة التطبيقية لإقليم ما، قد يكشف عن صورة مغايرة للجانب النظري؛ ولذلك فقد تبنت العديد من الدراسات موضوع الأسواق في أقاليم ومساحات مختلفة الظروف والعوامل بحسب القالب المكاني لها.

ومن الضروري التنويه إلى أن المدن التجارية تمر بثلاث مراحل:مدن الأسواق المحلية ومدن الأسواق الإقليمية ومدن التجارة العالمية، فالأولى وُجدت في كل اقتصاد مهما كان بدائياً، ومولداتها كانت حركات الرحل Floating الدورية Periodic نحو الاستقرار الحضري، وهذه النقاط تجذب السلع Goods والخدماتServices التابعة للحركة التجارية، ثم حلت ثورة التطور النقلي فدخلت مدن الأسواق المحلية إلى مرحلة الاضمحلال، واتسع إشعاع المدن التجارية نحو الإقليم المحيط لتدخل إلى

مرحلة الأسواق الإقليمية في مرحلتها الثانية، الأمر الذي ازداد عمقاً باضطراد التطور النقلي والاتصالي، لتتبلور نتيجة لذلك فكرة وحدة العالم، والتي امتازت بمراكزها التجارية العالمية الكبرى والتابعة لتضخم الأموال وحركات البنوك لتصل للمرحلة الثالثة، وهذه المراحل الثلاثة للمدينة التجارية هي انعكاس لديناميكية فائض وحاجة ونقل، فتطور الفائض أتى نتيجة لارتفاع مستوى الإنتاج ارتفاعاً مضطرداً، تداعياً مع ارتفاع تكنولوجيا الإنتاج، أما تطور الحاجة فقد كان نتيجة لارتفاع مستوى المعيشة Level of Living ، وتعقد حاجات الفرد والمجتمع، وتطور تكنولوجيا النقل والصيانة والحفظ...(حمدان،١٩٧٧م، ص٥٦٤)

وفي القرن السادس الميلادي كانت مدينة مكة المكرمة من أحد أهم المدن التجارية، فقد عرف عنها أنها ذات قالب فريد بين مدن إقليمها، وتأصلت تلك البصمات لتظهر في أسواق اليوم، فمن تلك الدراسات التي بحثت في تلك الأصول دراسة الحسن(١٤٠٥هـ) والتي بحثت في تتبع أبرز سمات النشاط التجاري في مدينة مكة المكرمة، وبالتحديد في العصر المملوكي، إذ وصفت أهم أسواق المدينة، من حيث الموضع ونوعية السلع المباعة والخدمات المقدمة، وفقاً للمنهج التاريخي الواصف لها.كما تطرقت دراسات أخرى لوصف أسواق مكة القديمة مثل دراسة القثامي (١٤٠٥هـ) الذي عني بوصف الطبيعة البيئية للأسواق الدورية وخاصة سوق عكاظ ، أيضاً من تلك الدراسات الأصولية دراسة الزهراني وآخر(١٤١٨هـ) التي قامت عليها الغرفة التجارية الصناعية بمكة المكرمة، والتي بحثت في جانبين هما: الجانب الأول:الأصول التاريخية المعززة لوظيفة التجارة وأهمية مكة المكرمة في النظام الاقتصادي خلال العصور التاريخية منذ نشأة المدينة، وحتى بدايات العصر الحديث، بينما تناول الجانب الثاني منها: أبرز البضائع والسلع المباعة في أسواق مكة المكرمة، والتنظيمات الاقتصادية التي خضعت لسياسات تواترت عليها بالتنظيم والتخطيط؛ لجعلها أكثر مركزية في مجال التسويق بين مدن إقليمها، مستغلة بذلك استعدادها الداخلي لذلك، وهو الأمر الذي منحها مكانة تجارية رائدة رغم شح الموارد وقسوة الظروف الطبيعة، لحقتها دراسة الهلابي (١٤٢١هـ)الذي وصف أسواق مكة المكرمة الدائمة، والمتمركزة حول منطقة المسجد الحرام، ودراسة الهلابي (١٤٢٢هـ) التي بحثت في الأسواق الدورية بمكة المكرمة، وكيف تطور نموها حتى أصبحت عناصر هامة من المحيط الحضري للمدينة، واتسعت دائرة نشاطها في التأثير على التجارة الإقليمية للمنطقة، وهي الجوانب التي تناولها الفصل الثاني من هذه الدراسة كأساس تاريخي مهم لنشأة الظاهرة، أيضاً من أبرز الدراسات للأسواق دراسة شاه باهاي (١٤٢٢هـ) التي تناولت مختلف جوانب الحياة الاقتصادية في الجزيرة العربية، ثم تخصصت في تفسير أصول التجارة العربية إلى تحديد دور مكة المكرمة فيها، وذلك في عصر ما قبل الإسلام، وتمثل هذه الدراسة حلقة قوية لإبراز مدى الترابط بين الظروف الاقتصادية في تلك الحقبة؛ وظروف المكان المتمثلة

في مدينة مكة المكرمة موطن الدراسة الحالية، حيث أسهبت في تتبع آراء المؤرخين العرب وغير العرب بصورة حيادية ناقدة.

كما تناولت عدة دراسات مدينة مكة المكرمة كبقعة جغرافية تموج على سطحها الحضاري تيارات النظام الجغرافي للأسواق، والذي اختلفت حالات عناصره بتأثير شبكات الاتصال والتفاعل فيما بين تلك العناصر، حتى ظهرت أنماط سوقية متباينة المستويات والسلع لأسواق مكة المكرمة، ومن تلك الدراسات دراسة مكي(١٤٠٦هـ) عن أبرز سمات التوزيع الجغرافي للأسواق المركزية في مدينة الرياض، إلى جانب الخصائص الديموغرافية والاقتصادية للمتسوقين في هذه الأسواق، كما بحثت في العادات الشرائية لمتسوقيها، ونوعية السلع المشتراه، وأهم المشكلات التي تعاني منها الرحلة السوقية لهذه الأسواق، أيضاً تناولت دراسة الحبيشي(١٤١٣هـ) والتي درست أهم أسواق مدينة مكة المكرمة، الشريطية والمركزية، والمتوطنة بالمنطقة المركزية من المدينة فقط في تلك الفترة، ونصبت الحج كعامل رئيسي في اختيار الأسواق لمواقعها وتحديد مبيعاتها، كما درست الخصائص الاقتصادية للحجاج أثناء إقامتهم بالمدينة، وما منحته الوظيفة الدينية للمدينة من مجالات سعت أسواق المدينة لتوفيرها، كما بحثت في العوامل الجغرافية المحفزة على إثراء النشاط التجاري، كالبيئة الطبيعية والمناخ ونمو السكان والعمران واستخدامات الأراضي...الأمر الذي يشير إلى عمق الارتباط بين هذه الدراسة؛ والدراسة الحالية المتممة لها ، كما بحثت دراسة الراشد (١٤١٣هـ) في تحليل نمط توزيع المجمعات التجارية الكبرى بمدينة الرياض، وتناولت أثر ذلك التوزيع في حركة التسوق، وذلك من خلال الخصائص المكانية للسوق كالموقع ومساحة الحي المقامة فيه وحركة المرور حوله والنمط العمراني الذي يضمه، كما تناولت الخصائص البشرية كخصائص المتسوقين الاقتصادية والديموغرافية والشرائية إلى جانب خصائص الباعة فيها، حتى تكاملت المنظومة السوقية لها بالكشف عن طبيعة رحلة التسوق فيها على ضوء سلوك المتسوق.في حين امتازت دراسة إيلام (١٤١٤هـ) بعرض نمطين من الأسواق المكية أولهما: نقاط التموين صغيرة المساحة –البقالات– والتي تنتشر على طول الشوارع التجارية والمجاورات السكنية، والتي حددتها في ٣٢حيّاً بالمدينة، غير أن تفصيل الدراسة بحث في التوزيع الجغرافي لأسواق السلع الاستهلاكية الكبرى– السوبرماركت– والتي كانت من أحدث الأنماط السوقية في تلك الحقبة، والتي حصرتها بـ ٥٣سوقاً في ١٣حياً فقط من المدينة، ثم تناولت أبرز خصائص المتسوقين في هذه الأسواق الحديثة اعتماداً على العمل الميداني، وهنا يظهر اتفاق هاتين الدراستين مع الدراسة الحالية في المنطقة الجغرافية المبحوثة وبعض أنماطها السوقية، إلا أنهما خلتا من تحليل نمط التوزيع الجغرافي للأسواق تحليلاً كمياً، يعتمد على أساليب إحصائية تختبر خصائص المكان، ومواقع الأسواق المدروسة، الأمر الذي منح الدراسة الحالية أهمية خاصة بين قريناتها من الدراسات الجغرافية، وهذا لا يعني بطبيعة الحال اقتصار دراسات الأسواق لمدينة مكة المكرمة وحدها؛ بل توجد عدة دراسات تناولت الأسواق القديمة والحديثة

من جوانب عدة بمدن المملكة، كان منها دراسة (النحاس١٤١٩هـ) والتي بحثت في دراسة نمط توزيع الاستخدامات التجارية في مدينة خميس مشيط، وذلك بتتبع أقوى العوامل الجغرافية المؤثرة على توزيعها، ومن ثم تصنيفها وفقاً لبعض المعايير الإحصائية.

في حين اتسعت دائرة البحث لنفس المبحث في دراسات أخرى ومنها: دراسة علوي (١٤٠٤هـ) والتي بحثت في أصول نشأة أسواق السلع الاستهلاكية في العالم حيث جذورها الأولى، وتتبع الظروف الجاذبة لها في المملكة العربية السعودية، حتى أخذت حيزها المكاني وتقبلها المستهلك السعودي؛ وذلك في الرياض وجدة والمنطقة الشرقية، كما تناولت هذه الدراسة الخصائص الديموغرافية للمشتري السعودي الحديث، والذي تأثر بالظروف الاقتصادية الحديثة بالمملكة، وجعلتها محور رحاها، الذي تمحورت حوله، أيضاً من الدراسات الأصيلة دراسة أبو ركبة وآخر (١٤٠٦هـ) والتي تناولت ظهور وانتشار ظاهرة الأسواق الحديثة في المملكة العربية السعودية، في محاولة جادة لدراستها كظاهرة حديثة أفرزتها الظروف الاقتصادية، التي مرت بها المملكة، اعتمد فيها على العمل الميداني لتتبع نموها التاريخي، ودراسة أبرز خصائص المتسوقين فيها ومن ثم التنبؤ بمستقبلها، وهي من أهم الدراسات على المستوى المحلي.

ومن خلال تتبع هذه الدراسات سعت الدراسة الحالية إلى سد بعض الفجوات بين تلك الدراسات، بالبحث في دراسة توزيع المراكز والمجمعات التجارية وأسواق الشوارع التجارية، في إطار دراسة نمط التوزيع المكاني لها على كتل أحياء المدينة وقطاعاتها، باستخدام الأساليب الكمية والتقنية الحاسوبية المتاحة لتحقيق أهدافها، وربطها بالعوامل الجغرافية المؤثرة في توزيعها، ومن ثم تصنيفها على أسس جغرافية، من خلال العمل الميداني كأول دراسة تستهدف هذا النوع من الأسواق في مدينة مكة المكرمة، واستخدمت نظم المعلومات الجغرافية للبحث في نمط التوزيع والتصنيف، وإخراج خرائط رقمية أكثر مرونة وأعلى جودة، تصف طبيعة الظاهرة وتخرج قاعدة معلوماتية تميزت بها بين قريناتها.

١-٨ منهج الدراسة:

تستمد الجغرافية علميتها بالمنهج أكثر منه بالموضوع، وإذا كان قد استقر في يقين الكثير من المتخصصين بأن الجغرافيا أصبحت علماً، فإننا ننتظر من هؤلاء أن يقدموا قوانين على الأقل تحكم وتفسر التوزيع المكاني للظاهرات، ومن غير الجائز تطبيق قوانين العلوم الأخرى بنفس الطريقة التي طبقها العلماء والباحثين في العلوم الطبيعية، وبالتالي فعلى الجغرافيين أن يكتفوا بتطبيق التعميمات بدلاً من القوانين.

ولذلك يمكن وصف المنهج بالطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف طبيعتها، ولاعتماد المنهج المناسب لابد من الأخذ في الاعتبار موطن الظاهرة وتوزيعها وخصائصها وارتباطها بغيرها من الظواهر، وبما وأن هذه الدراسة ستتناول مواقع الأسواق المركزية والشريطية من وجهة نظر

تطبيقية في مدينة مكة المكرمة، فلابد من الأخذ بعين الاعتبار الخصائص الطبيعية والبشرية المميزة لمدينة مكة المكرمة عن غيرها من مدن المملكة، لذا اعتمدت الباحثة على الطريقة الاستنباطية (طريقة القياس) التي تبدأ من الجزئيات وتنتهي عند العموميات،إذ يعمل الاستنباط على تطبيق تلك القوانين واستخراج الحقائق منها بغية إثباتها (بدر،١٩٧٩م،ص٣٢-٣٤)

ولتحقيق خطوات الدراسة واختبار الفرضيات سوف تعتمد الباحثة على عدة مناهج:

- **المنهج التاريخي** Historical Method : وهو يدرس الظواهر في الوقت الحاضر من خلال الرجوع إلى نشأتها، ومتابعة التطورات التي مرت عليها والعوامل التي أدت إلى تكوينها بشكلها الحالي، والتوصل لدلالات تساعد على فهم حاضرها والتنبؤ بمستقبلها، من خلال تتبع جذورها التاريخية، والتي يمكن أن تساعد في فهم العقبات والحلول التي تبناها الإنسان حتى نضجت في صورتها الراهنة، فقد مرت الأسواق بمراحل الميلاد والنمو بين نشاط واضمحلال، وامتداد وضمور متأثرة بعامل الزمن، وما واكبته من ظروف مكانية واجتماعية واقتصادية وسياسية عبر الحقب التاريخية (عدس وآخرون،١٤١٦هـ،ص١٧٣-١٨٠).
- **المنهج الوصفي** Descriptive Method:إن أولى خطوات البحث لدراسة الظاهرة هو الوصف وجمع المعلومات الدقيقة عنها، ومن ثم التعبير عنها إما كمياً أو كيفياً، والتعبير الكيفي هو وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً، يبين مقدار وحجم الظاهرة ومدى ترابطها مع باقي الظواهر في الحيز المكاني، وتظهر أهمية هذا الأسلوب في تفرده بدراسة بعض الموضوعات الإنسانية(عدس وآخرون، ٢٠٠٤م، ص٢٤٧-٢٥٥)، وتتنوع أنماط الدراسات الوصفية فمنها الدراسات المسحية Survey Studies ودراسة العلاقات المتبادلة ودراسة التتبعية Public Opinion .

وقد طبقت الدراسة هذين الأسلوبين في دراسة الأسواق، حيث تتبعت أبرز سماتها، ودرست العلاقات بينها وبين العوامل المؤثرة في توزيعها، واعتمدت على مسح السوق Market Survey، والذي قاسَ خصائص المتسوقين واستطلع آراءهم حول جوانب الجذب والطرد نحو الأسواق المركزية والشريطية، وهذا النوع من التحليل مهم لأصحاب الاستثمارات ومصممي الإعلانات والموزعين والتجار، والذين يهفون لمعرفة مدى تقبل الجمهور للسلع من مختلف الجوانب، من إنتاج وتبادل وعرض ومن ثم استهلاك، ومدى قوة العلاقة بين الأسواق في مكة ومرتاديها، وهي جوانب جوهرية في البحث الجغرافي تعنى بتفاعل المتسوق مع السوق (بدر،١٩٧٩م،ص٢٧٩-٢٨٣).

- **المنهج الكمي**Quantitative Method:تعود بدايات استخدام الأسلوب الكمي إلى النصف الثاني من القرن العشرين، إذ تصاغ فرضيات البحث بحيث تكون قابلة للاختبار، وتسهل دراسة العلاقات المتبادلة بين المتغيرات الجغرافية وتحليلها بأساليب إحصائية، ومن أهم مميزاته دقة البيانات والنتائج

والموضوعية والتعميم، ونظراً لانتماء الأسواق المركزية والشريطية إلى الدراسات المسحية، ذات العلاقة بالعديد من المتغيرات(مساحة الحي ومساحة القطاع وعدد الأسواق وعدد المتسوقين ومساحة السوق طوله وعدد المحلات...) فهي تحتاج إلى الوصف الدقيق كيفاً وكماً؛ لذا كان هذا هو الأسلوب الأنسب لظروفها، مثل المتوسط والوسيط والنصيب المتعادل ومعامل التباعد ونسبة التركز في المساحة المعيارية، والدليل الوظيفي....

- **المنهج التحليلي** Analysis Method: يعتمد الأسلوب الكمي على الأسس الإحصائية التي تمد الباحث بالوصف الموضوعي الدقيق، ومعظم الظواهر الجغرافية تخضع لأسلوب التحليل الكمي، ويشترط أن تتوفر عدة شروط منها أن تتكون الظاهرة من عدة متغيرات يمكن قياسها والتعبير عنها كمياً، ويستعين ببعض المعاملات والمقاييس الإحصائية لوصف نمط التوزيع و إيجاد العلاقات، وقد استخدمت الدراسة بعض الأساليب مثل تحليل الجار الأقرب، وتحليل كيرنل.
- **منهج التمثيل الكارتوغرافي** Cartographic Method: تعد الخريطة في نظر الكثير من الجغرافيين الوسيلة الرئيسة للبحث الجغرافي، إذ لا يقتصر دور الجغرافي على القراءة المبدئية للشكل الكارتوغرافي بألوانه ورموزه وحروفه وأشكاله، بل يتطلب منه إجادة استخراج القياسات والمسافات والربط بين العوامل للتأثير على الظاهرة (الشريعي، ١٤٢٤هـ، ص٩٨-١٠٢) إلا أن علم الخرائط .بمجمله قد شهد في السنوات الأخيرة تطورات جذرية هائلة تمثلت في حلول أجهزة الحاسوب محل الطرق التقليدية في مجالات إعداد الخرائط وإنتاجها، وقد أظهرت الأساليب الحديثة تفوقاً مذهلاً على الطرق التقليدية القديمة.

ومن أبرز الشواهد على ذلك الانتشار الكبير لنظم المعلومات الجغرافية GIS، والتي أصبحت قادرة على تخزين وتحليل كميات هائلة من البيانات لإنتاج خرائط حديثة مدققة على شاشات أجهزت الحاسوب قبل طباعتها.

وقد طُبق الأسلوب التحليلي الإحصائي في تحليل الأنماط المكانية، التي مثلتها الخريطة لدراسة أنماط التوزيع(شحاده، ١٤٢٣هـ،ص١٩-٤٦)، وعلى هذا تعد الخريطة لغة بصرية تلخص البيانات الإحصائية، وتعرضها كوسيلة من وسائل البحث العلمي، وهي وسيلة أساسية للتوضيح والتعبير عن الظاهرة في محيطها المكاني، فهي تساعد الباحث على عرض مادته العلمية، وإبراز ما توصل له من معلومات وقياسات، وتعتمد على عدة أساليب كارتوغرافية لتمثيل البيانات منها الدوائر النسبية والأعمدة البيانية والكوربلث(التدرج اللوني)...

١-٩ مصادر بيانات الدراسة:

نظراً لتنوع متغيرات دراسة ظاهرة الأسواق المركزية والشريطية، وتعدد العوامل المؤثرة عليها كنظام، فقد تنوعت مصادر بيانات الدراسة على النحو التالي:

أولاً: المصادر الأولية

حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة في الميدان كأهم مصدرين للبيانات التي لم تقــوَ الإصــدارات الحكومية والأهلية على سدها.

١/الدراسة الميدانية:

لعل المشكلة التي تفرض نفسها الآن على بساط البحث هي تباين وجهات النظر بين الباحثين في وظيفة الجغرافيا، وقد تولد هذا التباين نتيجة لتباين اختلاف الفلسفات والمدارس الأكاديمية، فهناك من ينظر إلى الجغرافية كأحد العلوم الطبيعية، وهناك من يراها كأحد العلوم الاجتماعية، كما أن هناك من يظن أن بقاءها مرتبط بتصنيفها ضمن العلوم التطبيقية، والتي تعتمد على استخدام العديد من الأساليب العلمية ولعل أهمها هو العمل الحقلي والميداني.

و تعد الدراسة الميدانية مصدراً مهماً لهذه الدراسة؛ إذ ساهمت بشكل كبير في إكمال البيانات الوصفية والكمية لوحدات الدراسة، وعالجت الفجوات التي لم تفِ بها التقارير الرسمية والمطبوعات الحكوميــة، وقد اعتمدت على عدة أدوات منها: الملاحظة Observation والمقابلات Interviewsوالاستبيانات Questionnaires، ولقد مرت عملية المسح الميداني بالخطوات التالية:

أ/مرحلة حصر البيانات في مصادرها قبل العمل الميداني:

حصرت الباحثة جميع الخرائط التي توضح مواقع أسواق مدينة مكة المكرمــة، وأبــرز خصــائص السكان الاقتصادية من الهيئة العليا لتطوير مدينة مكة المكرمة، وبيانات تقسيمات أحياء المدينة وقطاعاتها البلدية،كما أمدت أمانة العاصمة المقدسة مشكورة الباحثة بتصنيف الشوارع التجارية في مدينة مكــة المكرمة والتي حددتها بــ٢٢شارعاً تجارياً والقطاعات التي تتبعها، كما حصلت الباحثة على خريطة من هيئة المساحة الجيولوجية لمنطقة مكة المكرمة، وبعض الخرائط الطبوغرافية لمدينة مكة المكرمة من مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية.

ويعد العمل الميداني من أهم مصادر البيانات، والتي تكون أحدث وأدق في طبيعتها، وهي تعتمد على الملاحظة العلمية المباشرة للظاهرة المدروسة، وتحديد الخصائص الأولية لها، دون الوصول إلى نتــائج أو حقائق.

ب/مرحلة الاستعداد للعمل الميداني:

وهي المرحلة التي قامت فيها الباحثة بتأمين الأجهزة المستخدمة في الميدان ومنها:نظام تحديد المواقع العالمي Global Positioning System٨٠ والمنتج من شركة GARMIN، وذلك لتحديد المواقع

الفلكية للأسواق المركزية والشريطية والتاريخية، وقد تم ضبط الإحداثيات وفقاً للإحداثيات الكيلومترية UTM، وذلك للاستفادة منه في تحديد مواقع الأسواق عبر خرائط الدراسة إذ هو النظام المعتمد فيها.

أيضاً من الأجهزة التي تطلبتها الدراسة كاميرا رقمية، وذلك لالتقاط صور حديثة للأسواق التاريخية والشريطية والمركزية، أيضاً احتاجت الدراسة إلى عداد يدوي لحصر أعداد المتسوقين على الأسواق، وهي البيانات التي لم تتوفر لدى أي جهة حكومية أو أهلية تعني بنشاط الأسواق.

٢/العمل في الميدان:

تعتمد دراسة جغرافية الأسواق على الدراسة الميدانية التجريبية أكثر من الدراسات والنظرية إلى حد ما، ولذلك لابد من تنظيم مراحل العمل لتؤتى ثماره المرجوة، لذا استغرقت عملية المسح سنتين كاملتين. ابتدأت من الخامس عشر من شهر محرم ١٤٢٨هـ وحتى الخامس عشر من شهر محرم ١٤٣٠هـ، وقد حرصت الباحثة على حصر أعداد ومواقع الأسواق الشريطية والمركزية وأعداد المتسوقين(لعدم توفرها لدى الجهات المعنية) في الأسواق الشريطية والمركزية أيام وسط الأسبوع وخارج المواسم الدينية، التي يتغير فيها حجم المترددين إلى الضعف، وهي عوامل لم تدخل ضمن عوامل الدراسة، وقد كانت على أربع مراحل للرحلات:

أ/ رحلات صباحية لمسح كافة أحياء المدينة الستين، تم فيه حصر أسواق المدينة، وتحديد مواقعها الفلكية والجغرافية والتقاط صور رقمية لها، وحصر عدد المحلات التجارية التابعة لها ونوعية السلع المباعة فيها، وتمت مقابلة أصحاب ومديري الأسواق لجمع أبرز خصائص السوق، وتوقيعها على بطاقة العمل الميداني، وذلك للأسواق التي تكاملت فيها السمات العامة لوحدات الدراسة فقط، استغرقت هذه المرحلة ٧أشهر.

ب/رحلات صباحية ومسائية لحصر أعداد المتسوقين على السوق؛ وذلك خلال أيام الأسبوع فقط لحصر وظيفتها الاعتيادية اليومية، بتغطية جميع بوابات السوق، وقد استعانت الباحثة بستة أفراد من عائلتها، لحصر الداخلين للسوق من جميع البوابات منذ بداية الدوام اليومي وحتى نهايته، وقد استغرق هذا العمل شهرين في الأسواق المركزية.

أما إحصاء عدد المتسوقين في الأسواق الشريطية فقد تم بالعد الفعلي للمتسوقين على المحلات بحسب عينة منتظمة عشوائية، بواقع محل من كل عشرة محلات في كل سوق شريطي، خلال فترة العمل اليومية، بغية الوصول إلى حجم تقريبي للمترددين على كل سوق شريطي، حيث اضطرت الباحثة لهذه الطريقة نظراً لامتداد الأسواق الشريطية لكيلومترات عدة، يصعب معها حصر المترددين على كل المحلات وفي فترة زمنية واحدة استغرق هذا العمل حوالي ١٢شهراً.

ج)رحلات صباحية ومسائية لتوزيع استمارة الاستبيان(ملحق٧) على المرتادين للسوق حسب العينة المختارة من حجم المتسوقين من كل سوق، استغرقت ٣أشهر وقد استخدمت الباحثة لسحب عينة الدراسة من مجتمع الدراسة -حجم المتسوقين- عدة خطوات:

*العينة الطبقية Stratified Sample:

وتستخدم للحصول على تقديرات أكثر دقة من التقديرات التي يحصل عليها باستخدام الطريقة العشوائية البسيطة؛ لذلك وضعت الأسواق الشريطية والمركزية في طبقات بحسب عدد المتسوقين في كل سوق وعلى إثر أحجامهم، فقسمت الأسواق الشريطية إلى طبقات ثلاث على النحو التالي:

جدول رقم (١)

طبقات الأسواق الشريطية حسب عدد المتسوقين

الطبقة	فئات الحجم/ يومياً	عدد المتسوقين في الطبقة	نسبتها المئوية	عدد أسواقها	الأسواق الشرطية
١	أكثر من ١٠٠٠٠	٤٢٧٠٠	٣٥	٣	المسجد الحرام-الحج-عبد الله عريف
٢	١٠٠٠٠- ٥٠٠٠	٥٢٥٠٠	٤٣	٨	الضيافة-المنصور-عبد الله خياط-الحجون- عمر القاضي-ريع ذاخر-خالد بن الوليد- الخنساء
٣	أقل من ٥٠٠٠	٢٧٢٠٠	٢٢	١١	الجزائر-أم القرى-إبراهيم الجفالي-الملك خالد-الأندلس-عبد الله الخليفي-المنصورية-الملك عبدالله-وادي جليل-الشهداء- الطاشقندي

المصدر:الباحثة اعتمادا على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

أما طبقات الأسواق المركزية بحسب أحجام المتسوقين فيها فهي على النحو التالي:

جدول رقم(٢)

طبقات الأسواق المركزية حسب عدد المتسوقين

الطبقة	فئات حجم المتسوقين/ يومياً	عدد المتسوقين	نسبتها المئوية	عدد أسواقها	الأسواق المركزية
١	أكثر من ١٠٠٠	١٤٥٠٠	٥١	٨	الحجاز–السلام–العزيزية–عالم السيارات–الضيافة–الشرائع مول–ذي المجاز–السوق الصغير
٢	٥٠٠–١٠٠٠	٩٩٥٠	٣٥	١٥	العتيبية–درة الشهداء–العائلة–الهجرة–القوافل–بلوتوث سنتر–الدواس–المرسى–رياض العزيزية–الوطن مول–الرصيفة–الهدا–بقبق–الأنوار–محمود سعيد
٣	أقل من ٥٠٠	٣٩٥٠	١٤	١٨	التعاون المشترك–الصفا–المنصور–البحيرات–سيتي لايتس–البسام–العوالي–الحازمي–التعاون– الدرة–الفقية–العدل–العرب–المسفلة–الكرم–القرشي–الحارثي–متاجر العرب

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

وبناء على ذلك فقد بلغ مجتمع الدراسة ١٢٢٤٠٠ متسوق في محلات الأسواق الشريطية و٢٨٤٠٠متسوق في الأسواق المركزية، وباستخدام جداول حجم العينة لمجتمع الدراسة عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ظهر حجم العينة ٣٨٥ متسوقاً من الأسواق الشريطية و ٣٧٩ متسوقاً من الأسواق المركزية(الضحيان ،١٤٢٣هـ، ص٢٤٩) ولتحديد العينة اعتمدت الدراسة على الطرق التالية :

*طريقة التخصيص النسبي Proportional Attribution:

وهي التي يخصص من كل طبقة من طبقات مجتمع الدراسة حسب نسبتها، ولهذا لا يكون توزيع المفردات المسحوبة منها متساوية كما في طريقة التخصيص المتساوي، والاعتماد على حجم العينة المطلوبة -٣٧٩/٣٨٥ - ضرب حجم العينة المطلوبة في النسبة المئوية لكل طبقة وقسم على ١٠٠ ومن ثم تحددت العينة المسحوبة(بدر،١٩٧٩م،ص٣٢٨-٣٣١) من كل طبقة على النحو التالي:

أ/ الأسواق الشريطية :

*الطبقة الأولى:تم سحب ١٣٥متسوقاً،

*الطبقة الثانية:تم سحب ١٦٥متسوقاً.

*الطبقة الثالثة: تم سحب ٨٥متسوقاً.

ب/ الأسواق المركزية:

*الطبقة الأولى:تم سحب ١٩٥متسوقاً.

*الطبقة الثانية :تم سحب ١٣٤متسوقاً.

*الطبقة الثالثة:تم سحب ٥٠متسوقاً.

ولتحديد الأسواق التي ستوزع فيها استمارات الاستبيان اعتمدت الباحثة على:

***العينة العمدية** Purposive Sample:

وهي إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية Non Probability Samples، والتي اضطرت لها الباحثة لتجانس الطبقات من حيث الحجم ولحساسية المجتمع من حيث التوزيع المكاني، فالأسواق المركزية في مكة لم توزع بالتساوي، ولم تتساوَ في الظروف المكانية والسكانية مما حصر توزيعها في مناطق محدودة ومعروفة، وسحبها بالعينة الاحتمالية قد لا تأتي على أخذ أسواق من مناطق جغرافية متفرقة، وبالتالي لن تمثل المجتمع (الضحيان، ١٤٢٣هـ،ص٢٧٦-٢٧٧) لذلك اعتمدت الباحثة على هذه العينة واختارت الأسواق من كل طبقة مراعية لتوزعها في جهات متفرقة من المدينة، ومختلفة في خصائصها الطبيعية والسكانية والإحصائية، وعلى ضوء هذا تم اختيار الأسواق التي سيوزع بها الاستبيان وهي:

أ/الأسواق الشريطية:

*الطبقة الأولى:شارع الحج وشارع عبد الله عريف بواقع ٦٨ استمارة لكل سوق.

*الطبقة الثانية:شارع الضيافة وشارع عمر القاضي بواقع ٨٢استمارة لكل سوق.

*الطبقة الثانية:شارع أم القرى وشارع الجزائر بواقع ٤٢لكل سوق.

ب/الأسواق المركزية:

*الطبقة الأولى:الحجاز والعزيزية والشرائع مول بواقع ٦٥ استمارة لكل سوق.

*الطبقة الثانية :القوافل والعائلة والمرسى بواقع ٤٤استمارة لكل سوق.

*الطبقة الثالثة:التعاون المشترك وسيتي لايتس والفقية بواقع ١٦ استمارة لكل سوق.

ثانياً:المصادر الثانوية

١/المصادر المكتبية:وتضم المعاجم اللغوية والكتب العربية وغير العربية، والأبحاث الجغرافية والتسويقية والاقتصادية والسلوكية، التي تناولت الأسواق ومرتاديها بأنواعها داخل المملكة وخارجها.

٢/**الدوريات**:والتي أصدرت عدة أبحاث ومقالات حول الأسواق التاريخية، ومن تلك الدوريات: مجلة دارة الملك عبد العزيز، صحيفة عكاظ، وإصدارات الغرفة التجارية الصناعية بمكة المكرمة.

٣/**الأبحاث العلمية**: تعد البحوث العلمية أحد المصادر المهمة، والتي تصدر عن جامعات تتبع المنهج العلمي الحديث؛ إذ تفيد في إثراء المادة العلمية، وتوجه إلى إتباع الأسلوب السليم، ومن أهم الأبحاث العلمية التي استفادت منها الباحثة الأبحاث الصادرة عن الغرفة التجارية الصناعية بمدينة مكة المكرمة، والندوة الجغرافية الكويتية، والجمعية الجغرافية السعودية. .

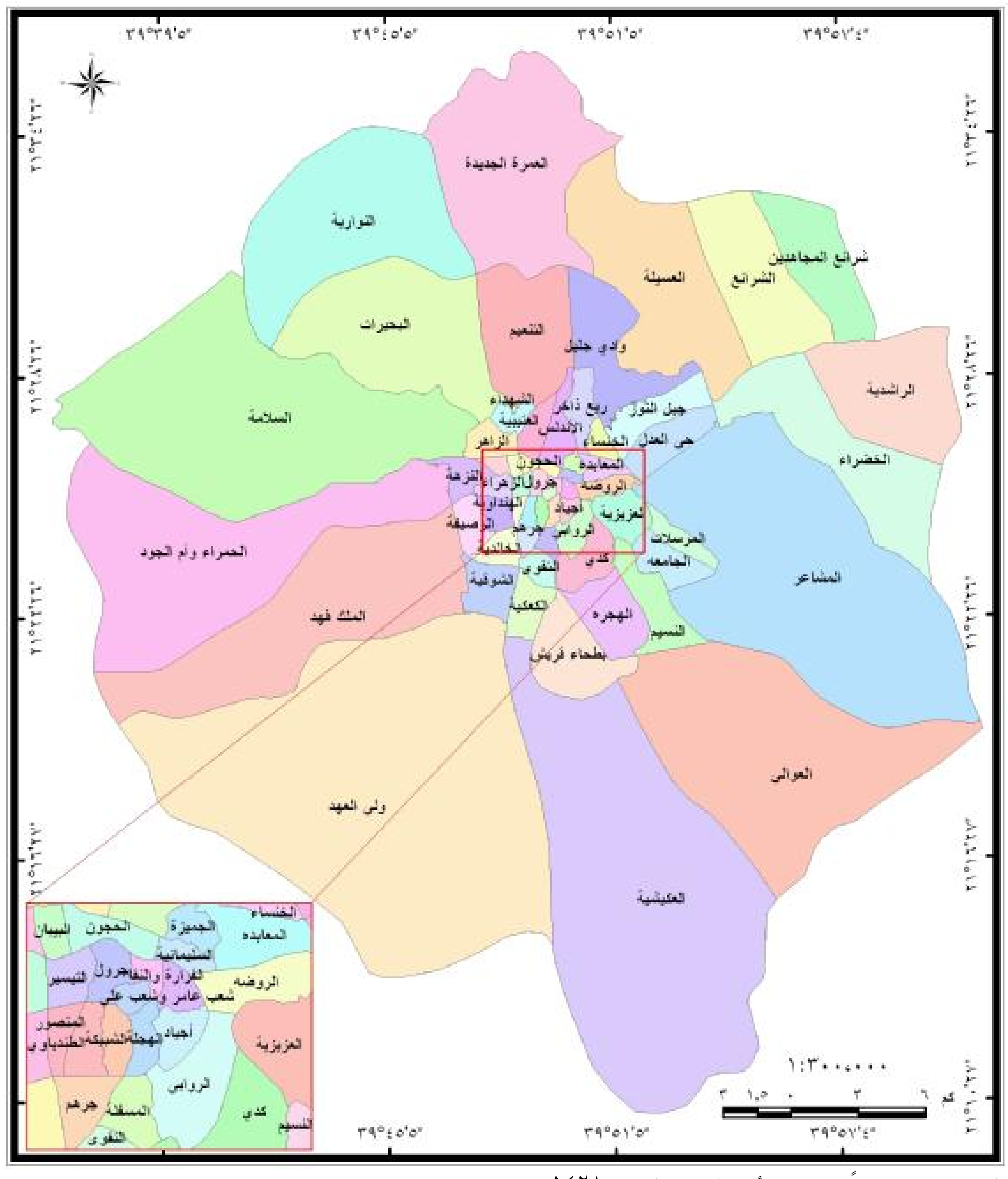
٤/**الرسائل العلمية**: ومنها رسائل الدكتوراه والماجستير المنشورة وغير المنشورة، الصادرة عن جامعة الملك سعود وجامعة الملك عبد العزيز وجامعة أم القرى وجامعة الملك فيصل وجامعة أسيوط، والتي تناولت الأسواق بمختلف أنواعها في مدينة الرياض ومدينة مكة المكرمة ومنطقة الإحساء ومنطقة تعز ومدينة أسيوط.

٥/**التقارير الإحصائية**: مخطط التنمية الشامل الصادر عن أمانة العاصمة المقدسة، واشتراطاتها لإقامة السوق المركزي (ملحق رقم ٢) وبيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، من تحديث المخطط الهيكلي لمدينة مكة المكرمة في عام ١٤٢٠هـ، ودراسة الفترة الراهنة لها، متناولة للبيئة الطبيعية والطرق وتقسيم الأحياء والخصائص السكانية والاتجاهات العمرانية واستعمالات الأراضي... إضافة إلى إحصاءات الأحجام السكانية وكثافاتها لعام ١٤٢٥هـ، وبيانات مركز النظم والمعلومات الجغرافية بأمانة العاصمة المقدسة١٤٢٨هـ، كما أمدت الأمانة الباحثة بمسميات ومواقع الشوارع التجارية بالمدينة والأحياء التي تمتد بها، وأعداد الأحياء وتقسيماتها ومساحتها الكلية والمبنية كما حصلت الباحثة على القطاعات البلدية من خلال موقع الأمانة على الشبكة العنكبوتية، كما أمدت الغرفة التجارية الصناعية بمدينة مكة المكرمة الباحثة ببعض الدراسات التاريخية،كما اعتمدت على بيانات إدارة مرور العاصمة المقدسة، واعتمدت الباحثة على الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عن مصلحة الإحصاءات العامة العدد الثالث والأربعون(١٤٢٧-١٤٢٨هـ) للتعرف على بيانات المناطق الإدارية، ومقارنتها ببيانات منطقة الدراسة.

٦/**الخرائط**:تعد الخريطة الأداة الأولى للجغرافي، وقد ذكر ديمانجون أن الحقيقة الجغرافية تظل مجردة من معناها وقيمتها الفعلية حتى توقع على الخريطة ومن ثم تصبح ذات مغزى قوي، وهي مستند مهم يساعد على تحليل البحث الجغرافي، من خلال تحديد الأطوال والمواقع والمواضع والمساحات (الشريعي، ١٤٢٤هـ، ص٩٦-٩٨) وقد اعتمدت الدراسة على خريطتي أساس خريطة الأساس (شكل١-١) و(شكل١-٢) وطبقت عليها دراسة التوزيع.

شكل رقم(١-١)

حدود أحياء مدينة مكة المكرمة عام١٤٢٨هـ

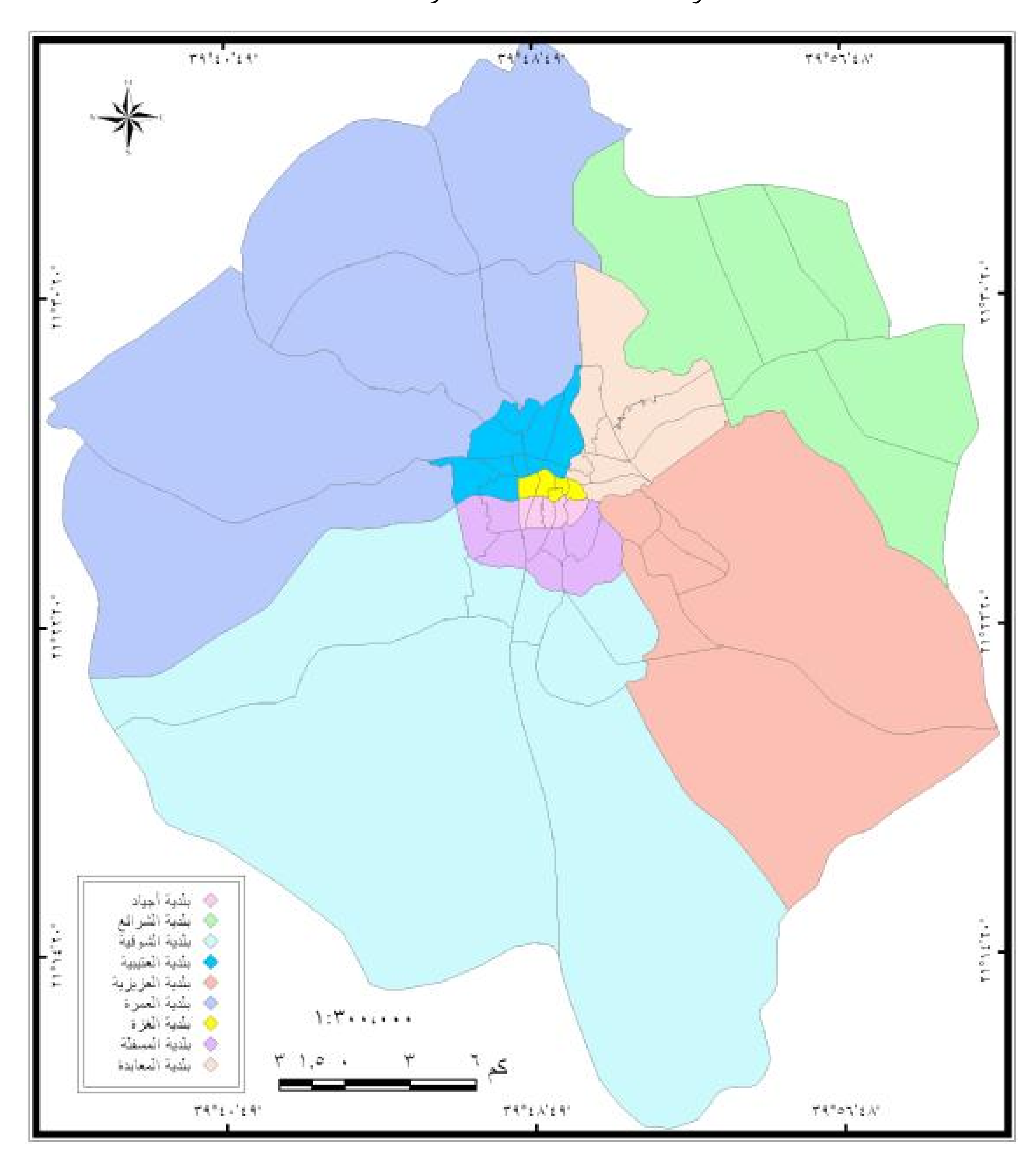


المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات أمانة العاصمة المقدسة ،١٤٢٨هـ.



شكل رقم (١-٢)

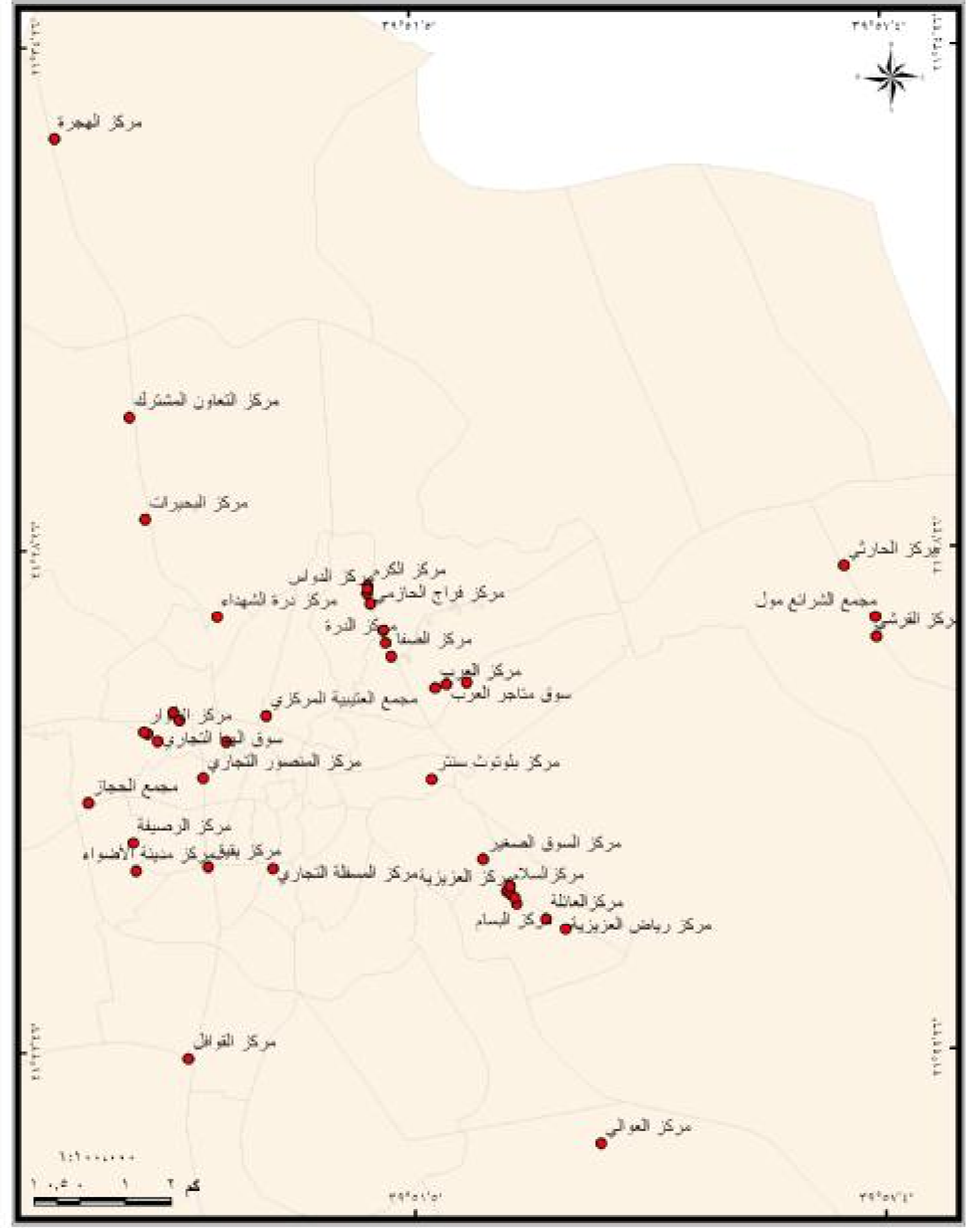
حدود قطاعات مدينة مكة المكرمة١٤٢٨هـ



المصدر: الباحثة اعتماداً على تقسيم أمانة العاصمة المقدسة لأحياء المدينة.

شكل رقم (١-٣)

مسميات الأسواق المركزية



المصدر : الباحثة اعتمادا على العمل الميداني ١٤٢٨هـــ.

ملحوظة: وضحت الأسواق على مقياس أكبر نظراً لتكتلها في نقاط محدودة من المدينة، مما أوجد صعوبة في إظهار مسمياتها.

١-١٠ مقاييس تحليل البيانات:

لما كانت دراسة الأسواق تتناول جانبي التوزيع والتصنيف، فسيكون من المفيد جداً استخدام بعض الطرق الإحصائية لإيجاد نمط التوزيع ومجموعات التصنيف، وهي على النحو التالي:

- **معامل ارتباط بيرسون** Pearson Product Moment Correlation Coefficent:

يعتبر هذا المعامل من أقوى مقاييس الارتباط إلا أنه صعب الحساب لحاجته إلى الكثير من البيانات والمعادلات كالانحراف المعياري، ومعامل ارتباط بيرسون= ١ / ن

مجـ ن(س هـ-سَ) / ع ص (ص هـ ص) / ع ص

إلا أن الدراسة طبقته بالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعيةspss.

- **معامل ارتباط اسبيرمان** Spearman:

يستخدم هذا الارتباط لدراسة طبيعة تأثير العلاقة ومدى قوتها بين المتغيرات المدروسة، وهو الارتباط الأنسب عند دراسة المتغيرات التي على هيئة الرتب(الصالح، ١٤٢٠هـ، ص٣٤٣-٣٥٦)ومعادلته

١-مجـ د٢ / ن(د٢-١) حيث أن ن هي عدد أزواج القيم للمتغيرين س وص مجـ د٢ مجموع مربعات الفروق بين رتبتي س ص

وقد استخدم لدراسة العلاقة بين رتبة الطريق وعدد الأسواق، وقد طبقته الدراسة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعيةspss.

- **دليل الشكل** Form Guide :

لذلك استعان الجغرافيون ببعض الأساليب الكمية الحديثة، لدراسة أنماط القرى في سهل نوتنجهام بانجلترا والتي قام بها كيتنج Keating، ودراسة هدسون Hudson التي تناولت أنماط الأشكال في المناطق الحضرية، وصيغته الرياضية هي: دليل الشكل = (طول أطول محور داخل الشكل)٢ / ١.٢٧×مساحة المنطقة بكم٢

حيث إن ١.٢٧ثابت المسافة (Hagget,١٩٦٩,p٥٠)

بيد أن الدراسة اعتمدت على النظم الحاسوبية في تحديده على الشكل.

- **نقطة المركز المساحي:**

ويتم تطبيق هذا المقياس بتحديد نقطة تقاطع أقطار الشكل في نقطة واحدة هي مركز الشكل (الجابري،١٤٢٥هـ، ص١٤٤)إلا أن الدراسة اعتمدت على برنامج GIS في تحديد موقعها.

- **نقطة الوسيط**Median Point:

وهي النقطة التي تمثل مركز التوزيع بين الأسواق المركزية في منطقة الدراسة، ويمثل مركز القلب لتوزيعها المكاني، بحيث يقع نصفها إلى الشرق منه، ويقع النصف الآخر إلى الغرب(الصالح،١٤٢٠هـ، ص٢١٢)، كما يقع نصف النقاط إلى الشمال منه والنصف الآخر إلى الجنوب، وتكمن أهميته في اختزال التوزيع في موقع واحد (أبو صبحة، ٢٠٠٣م، ص٣٧٢)

- **نقطة الجذب المركزي**Central Point :

وهي النقطة التي تمثل نقطة مركز الجذب بالنسبة لجميع نقاط الأسواق المركزية، ويتم تحديدها من خلال الصيغة الرياضية س=مجـ (م×ك س)÷ ن ، ومن حاصل المعادلة يمكن تحديد القيمتين على المحورين السيني والصادي، ومن ثم يقام عامودان منهما، وعند تقاطعهما تكون نقطة الجذب المركزية للأسواق المركزية. إلا أن الدراسة حددت هذه النقاط الثلاث باستخدام برنامج GIS.

- **النصيب المتعادل**Equivalent Part :

إن من أبسط المقاييس لدراسة التوازن بين الظاهرة الجغرافية وما تشغله من المكان هو مقياس النصيب المتعادل، والذي يعطي صورة عامة لطبيعة التوزيع ومدى ميلها نحو العدالة أو الإجحاف من نصيب كل بقعة مكانية مرتكزة على مساحتها، ويعد أسلوب النصيب المتعادل أحد الأساليب الإحصائية التي تعتمد على نسبة توزع الظاهرة الجغرافية إلى الوحدة المكانية المبحوثة كالمساحة في الحي أو في القطاع. على سبيل المثال

$$\frac{\text{مساحة الحي}}{\text{مساحة المدينة}} \div \frac{\text{عدد الأسواق في الحي}}{\text{مجموع الأسواق}}$$

- **متوسط التباعد**Spacing Mean :

والتوزيع من الناحية الكارتوغرافية هو التباعد بعينه، وقد عرف Watsonالجغرافيا بأنها علم التباعد، وهذا يعني الكثافة أي مجرد التقارب والتباعد أو التجمع والتبعثر وبعداه النهائيان هما التخلخل والتكاثف (خير، ١٤٢١هـ،ص٣٤٠-٣٤١).

ودراسة التباعد تعني ماهية نمط انتشار الظاهرة الجغرافية في مساحة محدودة، إذ تتمحور طبيعة الانتشار حول متوسط المسافة التي تفصل بين الظواهر المدروسة، والتي تسهم بشكل فاعل في الكشف عن نمط التوزيع الذي اتخذته، وبالتالي الحكم على مدى كثافة الظاهرة، ومن ثم الحصول على صورة أكثر تكاملاً لوصف طبيعة التوزيع، ومن الصعب فهم طبيعة التباعد بين النقاط دون ربطها بحجمها ولهذا فالعلاقة وطيدة بينهما، فهما وجهان لعملة واحدة(حمدان،١٩٧٧م،ص١٩٥)ولذلك طبقت الدراسة معادلة التالية:

المســـاحة √× ١.٠٧٤٦ = متوسط التباعد

عدد الأسواق (الشميري،٢٠٠٥م،ص١٧٠)

● **درجة التركز في المساحة المعيارية** Standard Aria:

طبقت الدراسة هذا المعامل للتعرف على مدى التشتت في الظاهرة، إذ هو أحد أهـــم مقـــاييس التشتت، والمستخدمة في الجغرافيا الاقتصادية، وهو يشبه الانحراف المعياري في مفهومه، ويتم حســـابه وفقاً لمساحة معيارية، وتكمن أهميته في أنه يعطي وصفاً لكثافة التوزيع وإن تلاصقت المحلات التجارية (كما في الأسواق الشريطية) أو تناثرت أسواق قليلة العدد في مساحات واسعة (كمـــا في الأســـواق المركزية)، إذ إن دراسة درجة تركز توزيع الأسواق على مساحات منتظمة يأتي على تفسيرات أوضح بعيدا عن تأثير المساحات المتباينة، والتي قد لا تأتي الدقة لدى تحديدها، وقد افترضتها الدراســـة بـــــ ١٠٠كم٢ إذ تمثل نسبتها ١.٣٥% من المساحة المعمورة بالمدينة، وقد طبقت لمعرفـــة نســـبة تركـــز الأسواق في كل ١كم٢ من مساحة المدينة، وفقاً للمعادلة التالية:

درجة التركز في المساحة المعيارية = م× س

ح (المصدر السابق،٢٠٠٥م،ص١٩١)

م= عدد الأسواق

س= متوسط المساحة المبنية (١٨٠٢)

ح= المساحة المعيارية وهي ١٠٠كم٢

ونظراً لاعتماد الكيلومتر كمساحة معيارية، فقد تم تطبيق المعادلة على المساحة المعمورة بالكيلومترات.

● **الدليل الوظيفي** Functional Guide: وهو أسلوب اعتمد عليه Weebلتصنيف المـــدن وظيفيـــاً لغرض التمييز بينها، ولقد طبقته الدراسة وفقاً للصيغة التالية:

الدليل الوظيفي= عـــــــــدد مؤسسات سلعة ما بالشارع × مجموع مؤسسات الشارع

متوسط عدد المؤسسات التجارية في كل الشوارع

(النحاس،١٤١٩هـــ،ص٣٢) وأعلى القيم الناتجة تحدد الوظيفة التي اختص بها السوق.

● **حساب مساحة منطقة النفوذ** Influenced Area :

وذلك من خلال الصيغة الحسابية التالية:

مساحة الحي× مجموع المتسوقين في السوق √ = نصف قطر دائرة نفوذ السوق

إجمـــــالي سكـــــــان الحـــي (سليمان،١٩٨٣م،ص٣٢٣)

- **تحليل التباين** Analysis of Variance:

طبقت الدراسة أبسط أنواع تحليل التباين وهو وجود متغير مستقل وآخر تابع، ويعرف تحليل التباين في هذه الحالة بتحليل التباين في اتجاه واحد One-way Analysis of Variance وقد استخدم لبحث اختلاف درجات المساحة الإجمالية للأحياء والقطاعات-متغير تابع- والمتوسط المساحة في الأحياء والقطاعات – متغير مستقل-ومن ثم تربيع تلك الانحرافات في المساحات عن متوسطها الحسابي وقسمتها على عدد هذه المساحات(الضحيان، ١٤٢٣هـ، ص ١١٦)، وصيغتها الرياضية:

ع٢= مجـ(س– سَ)٢ / ن   ع هو الانحراف المعياري   و سَ=مجموع المساحات / ن

ولدقة اكبر نقسم على ن–١

غير أن الدراسة اعتمدت على برنامج ١٠.٠ spss في حساب التباين بين مساحات أحياء وقطاعات المدينة.

- **تحليل صلة الجوار**: لقد كان دايس أول من حاول استخدام عنصر المسافة بين المواقع الأقرب إلى بعضها لقياس مدى ابتعاد هذا النمط عن العشوائية في التوزيع، وذلك على أساس:

أ/تساوي نقاط التوزيع في الحيز المكاني الذي تنتشر فيه.

ب/ تساوي فرص المساحات المدروسة في عدد النقاط الموزعة.

ج/استقلالية النقاط عن بعضها البعض.(الجراش، ١٤٢٥هـ،ص٤٢٥-٤٢٦)

فإذا كانت قيمة نمط التوزيع واحد صحيح يعني أن النمط عشوائي التوزيع، في حين لو زادت عن هذه القيمة يعني أن التوزيع متباعد Dispersed، ولو قلت عن هذه القيمة يعني أن التوزيع متجمع Clustered، ويعتمد هذا المعيار على قوانين الاحتمال الرياضية ونظرياته، وهي درجة انحراف نمط توزيع النقط (التوزيع الحقيقي) عن توزيعها المتوقع (التوزيع النظري)، فيما لو كانت تلك النقاط موزعة في نفس المنطقة عشوائياً، ويتدرج المدلول الكمي لها من صفر عندما تكون مجتمعة في مكان واحد، وكلما اقترب من واحد صحيح تكون النقاط موزعة توزيعاً عشوائياً، وينتهي عند ٢.١٤٩١عندما تكون النقاط موزعة في أقصى بعد لبعضها عن بعض بطريقة منتظمة، ويأخذ توزيعها الشكل المنتظم، وكلما قلت القيمة عن الواحد باتجاه الصفر كان التوزيع متجمعاً.

ويعتمد تحليل الجار الأقرب على المعادلة التالية: ل=٢مَ× ن / ح

حيث إن ل= الجار الأقرب

مَ=متوسط المسافة الفاصلة بين النقاط

ن=عدد النقاط

ح=مساحة المنطقة المدروسة

وتنحصر قيمة (ل) في صلة الجوار ببين صفر وبين ٢.١٥ وعلى ضوء ذلك تتحدد ثلاث أنماط من التوزيع:

١/متجمع (عنقودي) Clustered

٢/عشوائي Random

٣/مشتت و متباعد Disposed

وفي تحليل المجاور الأقرب لدينا فرضيتان:

١/فرض العدم وهو التوزيع العشوائي .

٢/فرض البحث وهو التوزيع غير العشوائي.

وهنا لابد من عمل مقارنة نتيجة قيمة المجاور الأقرب المحسوبة مع قيمة المجاور الأقرب المتوقعة على افتراض التوزيع العشوائي للنقاط، بناءً على المسافات الملاحظة المتوقعة، فإذا كانت المحسوبة أكبر من المتوقعة فالتوزيع يميل إلى التباعد العشوائي، وإذا كانت المحسوبة أقل من المتوقعة فإن التوزيع يميل إلى التجمع العنقودي،ويعتمد حساب مؤشر الجار الأقرب على موازنة متوسط المسافات، التي تفصل بين النقاط وجاراتها الأقرب في توزيع مكاني فعلي مع متوسط المسافات التي تفصل بين تلك النقاط وجاراتها في توزيع عشوائي نظري(شحادة، ١٩٩٧هـ، ص٢٠٣)وقد طبقت الدراسة هذا المقياس بالاعتماد على النظم الجغرافية وبطريقة آلية.

● **تحليل كيرنل**: يعد تحليل كيرنل أحد الأساليب التي تقيس اتجاه التوزيع، وتظهر مناطق تركزها بتحديد نقطة نواة للتوزيع تنطلق منها موجات الانتشار للظاهرة، وقد اعتمدت الباحثة على برنامج النظم لتحديده(الشيخ، ١٤٢٩هـ،ص٣)

١-١١ الصعوبات التي واجهت الباحثة:

- عدم توفر بيانات إحصائية أو وصفية عن الأسواق المركزية أو الشريطية كحصر شامل لأعدادها أو مساحاتها أو أعداد محلاتها أو تخصصات سلعها، أو تاريخ ظهورها، وذلك بسبب فقد المرجعية الموحدة لها في المؤسسات والدوائر الحكومة.
- عدم تفهم غالبية أصحاب الأسواق الشريطية والمركزية لأهمية العمل الميداني، وخوفهم على استثماراتهم وعدم إدلائهم عن بعض البيانات كعدد المتسوقين أو دخل السوق، مما اضطر الباحثة إلى جمعها من الميدان أو إخراجها من متغيرات الدراسة، كما امتنعوا عن السماح للباحثة بإحصائها ميدانياً أو مساعدتها في توزيع الاستبيانات بتعاون ضباط الأمن مثلاً.
- تضارب الإحصائيات الصادرة عن الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة وبيانات العاصمة المقدسة حول عدد السكان أو مساحات الأحياء، ونقص بعض البيانات الأساسية كعدد المحلات في الشوارع التجارية، مما اضطر الباحثة لجمعها ميدانياً.

- حصر أعداد المتسوقين على الأسواق حصراً فعلياً لرفض أصحابها الإدلاء عنها، مما ضاعف الوقت والجهد المبذول للحصول على البيانات الأساسية للدراسة.
- فقد الحداثة المطلوبة في البيانات المطلوبة للدراسة مثل: أعداد الشوارع التجارية ومسمياتها، وفقدها لمنطقية تصنيف التجاري منها، إلا أن عدم وجود غيرها اضطرت لها الدراسة.

١-١٢ هيكل الدراسة:

لقد تم تقسيم الدراسة إلى ستة فصول تضمنتها الخاتمة والنتائج على النحو التالي :

الفصل الأول/ مقدمة الدراسة وخطتها:

وقد اشتملت على موضوع الدراسة وأهميتها، ومشكلة الدراسة، وفرضيات الدراسة والإطار النظري والدراسات السابقة، وأهداف الدراسة، ومنهج الدراسة ومصادر بيانات الدراسة، وطرق تحليل البيانات، والصعوبات التي واجهت الباحثة، وهيكل الدراسة.

الفصل الثاني/التطور التاريخي لظاهرة الأسواق:

وقد قسمت مراحل التطور إلى خمسة مراحل: ما قبل الإسلام، الإسلام، الأيوبي والعثماني، السعودي، وأهم الأنماط السوقية لكل مرحلة.

الفصل الثالث/توزيع الأسواق المركزية والشريطية :

وقد تناول هذا الفصل التوزيع الجغرافي على مستوى المدينة، ثم تناول التوزيع على مستوى الأحياء،ثم مستوى قطاعات البلدية.

الفصل الرابع/العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الأسواق:

تناول هذا الفصل دراسة العوامل الطبيعية والبشرية المشكلة لنمط توزيع الأسواق الحالي بالمدينة.

الفصل الخامس/تصنيف الأسواق ونماذج تطبيقية لها:

تم في هذا الفصل تصنيف الأسواق بحسب الحجم المكاني كمساحة وطول السوق، وحسب نوعية السلع المباعة، وحسب حجم المتسوقين، وحسب خصائصهم،وحسب مناطق نفوذ الأسواق، تناول هذا الفصل دراسة أسواق مختارة من الدراسة، من حيث الموقع الفلكي والجغرافي والمساحة أو الطول والسلع المباعة والخدمات المقدمة وجهة التشغيل القائمة على السوق.

الفصل السادس/الخاتمة والنتائج:

ويتناول هذا الفصل الخاتمة والنتائج والتوصيات التي توصلت لها الدراسة.

الفصل الثاني

نشأة أسواق مدينة مكة المكرمة وتطورها

- نمو الحجم السكاني بمدينة مكة المكرمة
- المرحلة الأولى: عصر ما قبل الإسلام
- المرحلة الثانية: عصر ما بعد الإسلام
- المرحلة الثالثة: العصر السعودي

نشأة أسواق مدينة مكة المكرمة وتطورها

كان موقع مدينة مكة المكرمة اختياراً إلهيا أزلياً، صاغها وحرمها يوم خلــق الســموات والأرض، وستظل كذلك إلى يوم القيامة، غير أن تأريخ التواجد البشري فيها، قد بدأ منذ خرج إبــراهيم عليــه السلام ومعه ابنه إسماعيل الرضيع وأمه هاجر من الشام إلى إحدى الأودية الحجازية بأمر من الله تعــالى ليتركهما، في ذلك المكان غير المسكون، وقد خلد القران الكريم هذا الحدث العظيم بقوله تعالى:(رَبَّنَــا إِنِّي أَسْكَنْتُ مِنْ ذُرِّيَّتِي بِوَادٍ غَيْرِ ذِي زَرْعٍ عِنْدَ بَيْتِكَ الْمُحَرَّمِ رَبَّنَا لِيُقِيمُوا الصَّلَاةَ فَاجْعَلْ أَفْئِدَةً مِنَ النَّاسِ تَهْوِي إِلَيْهِمْ وَارْزُقْهُمْ مِنَ الثَّمَرَاتِ لَعَلَّهُمْ يَشْكُرُونَ(٣٧)) سورة إبراهيم

لقد أوجزت هذه الآية الكريمة الكثير من المدلولات بوصــف المكــان بأنــة واد غــير ذي زرع، والمعروف بكثرة المخاطر الطبيعية تبعا لجغرافيتها، ومن تلك المخاطر:جرف السيول ووجود الوحــوش وتعدد الدروب،كما أنه لم يُستأنس حتى يكون ذا زرع، فهو بفطرته التي أوجده الله عليها وهو واقــع بجوار بيت الله الحرام .

مكثت هاجر ورضيعها في ذلك الموضع إلى أن نفد الماء الذي جاءوا به، واشتد صــراخ الرضــيع؛ فأخذت أمه تسعى بين الجبلين المجاورين لها بحثاً عن الماء، أحدهما امتداد لجبل أبي قبيس وهو الصــفا، والآخر امتداد لجبل قعيقعان وهو المروة، حتى أرسل الله إليها الروح الأمين جبريل عليه السلام، والذي ضرب برجله الأرض لتظهر بئر زمزم فإذا هو ماء جارٍ، وبلهفة الأم أخذت هاجر تحيضه خوفــاً مــن ضياعه، ولولا ذلك لكان ماء زمزم نهراً يجري بالجزيرة العربية(فيروزي،١٤١٩هـــــ،ص٥٦-٦٣) وإجابة لتلك الدعوة مرت بهم قافلة تجارية من جرهم عائدة من الشام نحو اليمن، وهذه دلالــة علــى أسبقية خط القوافل التجارية لظهور المدينة الدينية، وبسبب وجود الماء بــدأت ولادة مكــة، حيــث استقرت تلك القافلة وأقامت على سفوح الجبال المحيطة بالوادي ليُشكلوا بذلك أول استيطان بشــري قبل ما يقرب من ٢٥٠٠ق.م ، وتشكلت منه المدينة في أعقاب تاريخية لاحقة.

بعد ذلك شرع الله وظيفة المدينة وخلدها لتبقى عامرة فأقبل أول وفود الحجيج يقتفون أثر الخليــل عليه السلام، قدرها الفيروزي بعام ٢٨٢٩ق.م، وقد عاد بعضهم، وأقام بعضهم مع جرهم بعد الحج، في الوقت الذي انقسمت فيه مكة إلى حيين سكنيين، الأول عند سفوح أجياد، والثاني شمال المســجد الحرام في أعالي مكة المكرمة والمعروف بشعب عامر، في حين خلا الوادي مــن المســاكن (المصــدر السابق،١٤١٩هـــ،ص٥٩)

٢-١نمو الحجم السكاني بحاضرة مكة المكرمة:

ازداد الساكنون في مكة عاماً بعد عام، خاصة بعدما قدمت خزاعة للإقامة بها إثر أحداث تصــدع وتهدم سد مأرب، وأقامت علاقات مصاهرة مع ساكنيها، وقد قام ملك خزاعة على الكعبة بــالمطعم والكسوة لأهلها والمجاورين لها، الأمر الذي جذب الكثير من القبائل للاستقرار فيها، و لم ترجح المصادر

التاريخية موقعاً آمناً لإقامة الأسواق بها في ذلك الحين، الأمر الذي يشير بكلتا يديه ليؤكد مولـــدها في العهد القرشي، خاصة في عهد قصي بن كلاب، والذي بلغت فيه مكة مبالغ الحنكة والتنظيم الإداري، وذلك في القرن الخامس الميلادي.

ولقد وُظف الدين بمختلف شرائعه لإقامة مدينة حضارية تنمو بوظيفتها الدينية طوال العام ووظيفتها التجارية في المواسم، منذ بدايات تشكلها كمركز لقبائل قريش وحلفائها، والذين عملـــوا جاهـــدين لتنظيم كيان تجاري مستقرٍ على أرضها، تحولت فيه مكة من منطقة قلاقل وحروب إلى منطقة أكثر أمنا واستقراراً بين أقاليم شبه الجزيرة العربية.وتأتي بعدها القفزة الحاسمة التي انتقلت فيها المدينة التجارية إلى مرحلة الانتخاب بين المواقع الأكثر تناســباً لضـــمان التقـــاء الطـــرق فيهـــا وســـهولة الوصـــول إليها(حمدان،١٩٧٧م،ص٤٢).

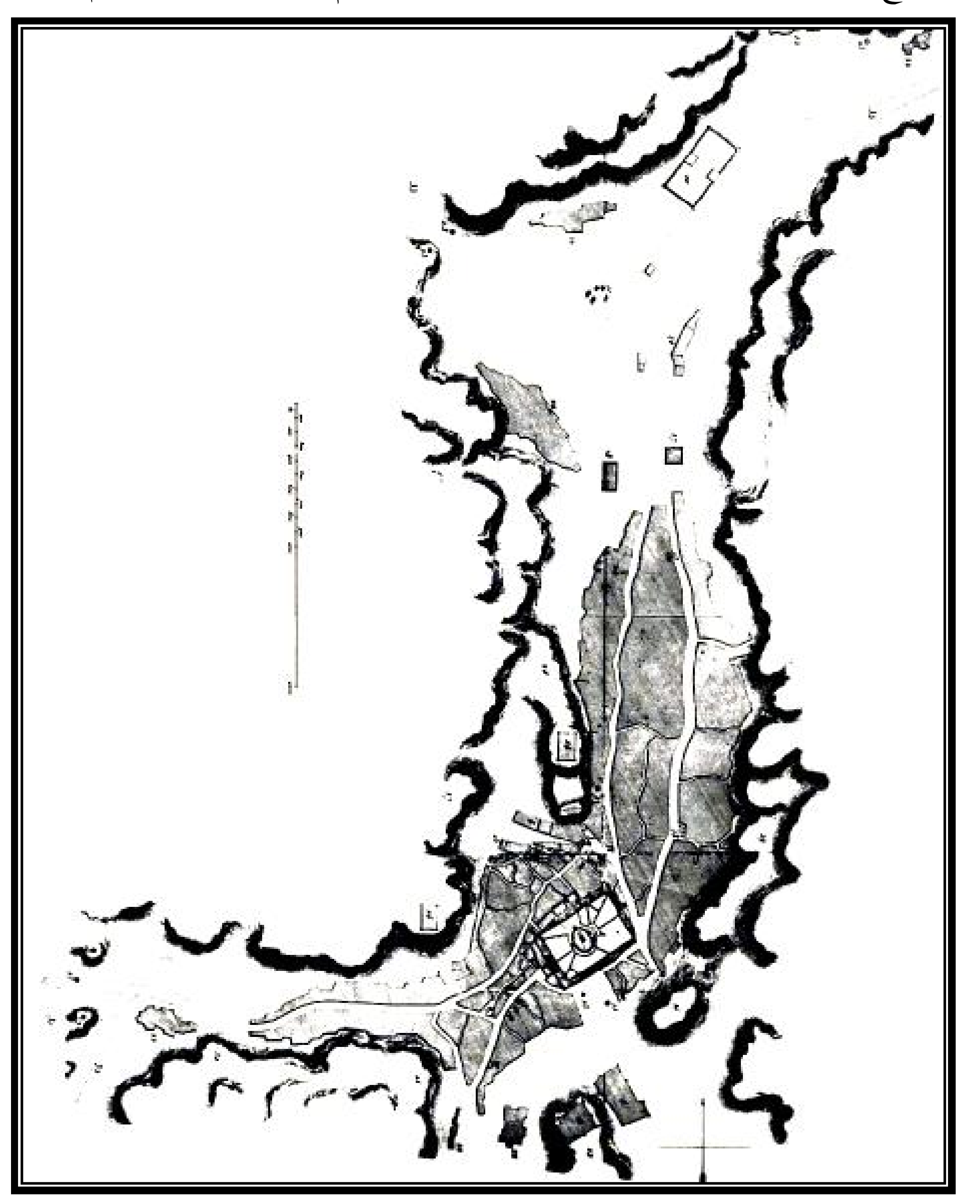
حتى أصبحت حاضرة مكة تحتل موقعاً متوسطاً على طريق التجارة القديم، الذي يربط مابين الشام شمالاً واليمن جنوباً كأكبر المستعمرات السكانية في ذلك الحين، الأمر الذي أوجد جســـور التفاعـــل والاتصال بين مكة والأقاليم الحضرية المحيطة بها، بين حركات بشرية وأخرى سلعية، حتى اشتهر القرن السادس الميلادي ببعد اقتصادي مميز، أسهم في نمو المدينة المقدسة وتشكيل أولى ملامحها، والتي يمكـــن تتبعها في الشكل رقم(٢-١)

من خلال تحليل الشكل(٢-١) نجد أن اتجاه النمو العمراني، قد امتد ناحية الشمال الشرقي وغرب مجرى وادي إبراهيم والأودية المنحدرة عبر الإقليم الجبلي، ونجد أن امتدادها يتبـــع أوديـــة الحركـــات والتصدعات والانكسارات، والتي انتابت الدرع العربي خلال الأزمنة الجيولوجيـــة القديمـــة، ويظهـــر امتدادها من المسفلة جنوباً إلى المعلاة شمالاً، تتخللها بعض المساحات الخالية من المباني في حي المعابـــدة حالياً، وهو موقع يشير إلى تحصن المدينة بجبالها التي علتها القلاع كما هو ظاهر، وبذلك اجتمع لها أمن الطريق والمال والموقع المركزي، وهي إضافة مهمة إلى موقعها الديني المهم الذي ساهم في وجود الكثير من العمليات التنموية التي نهضت بالمدينة، والذي بدوره أدى إلى نشأة الأســـواق الموسميـــة والدائمـــة فيها(كتبي،١٤٢٤هـــ، ص٣٣)

والمتتبع لنشأة الأسواق التجارية في مكة وتطورها يجد أنها مرت بعدة مراحل قسمتها الدراسة الحالية إلى ثلاث مراحل على النحو التالي:

شكل رقم(٢-١)

موضع مدينة مكة المكرمة وامتداداها ببطن وادي إبراهيم ١٢٢٢هـ/١٨٠٧م



المصدر: مرزا ، ١٤٢٦هـ،ص٥٧.

٢-٢ المرحلة الأولى :عصر ما قبل الإسلام

لقد ولدت الظروف المكانية والبشرية لنشأة المدينة، ظروفاً جغرافية تتسم بجفاف البيئة وشح الموارد، الأمر الذي قلل كثيراً من فرص إيجاد الغذاء فيها، والذي ازدادت له الحاجة تبعاً لتزايد أعداد الساكنين، الأمر الذي لم يكن سهلاً في ظل الظروف المكانية المناخية التي تقع فيها مدينة مكة المكرمة؛ لذلك دفعت تلك الظروف البيئية بسكانها إلى ممارسة النشاط الرعوي، وساهمت ظروفها المكانية كمحطة على الطرق التجارية على ممارسة النشاط التجاري، وللتدليل على عمق جذور التجارة بالمدينة ذكر الشيباني فيما روي عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال:(عليكم بالبز فإن أباكم كان بزازاً*) يعني إبراهيم الخليل عليه السلام (آل زيد ،٢٠٠٥هـ،ص١٦٥)

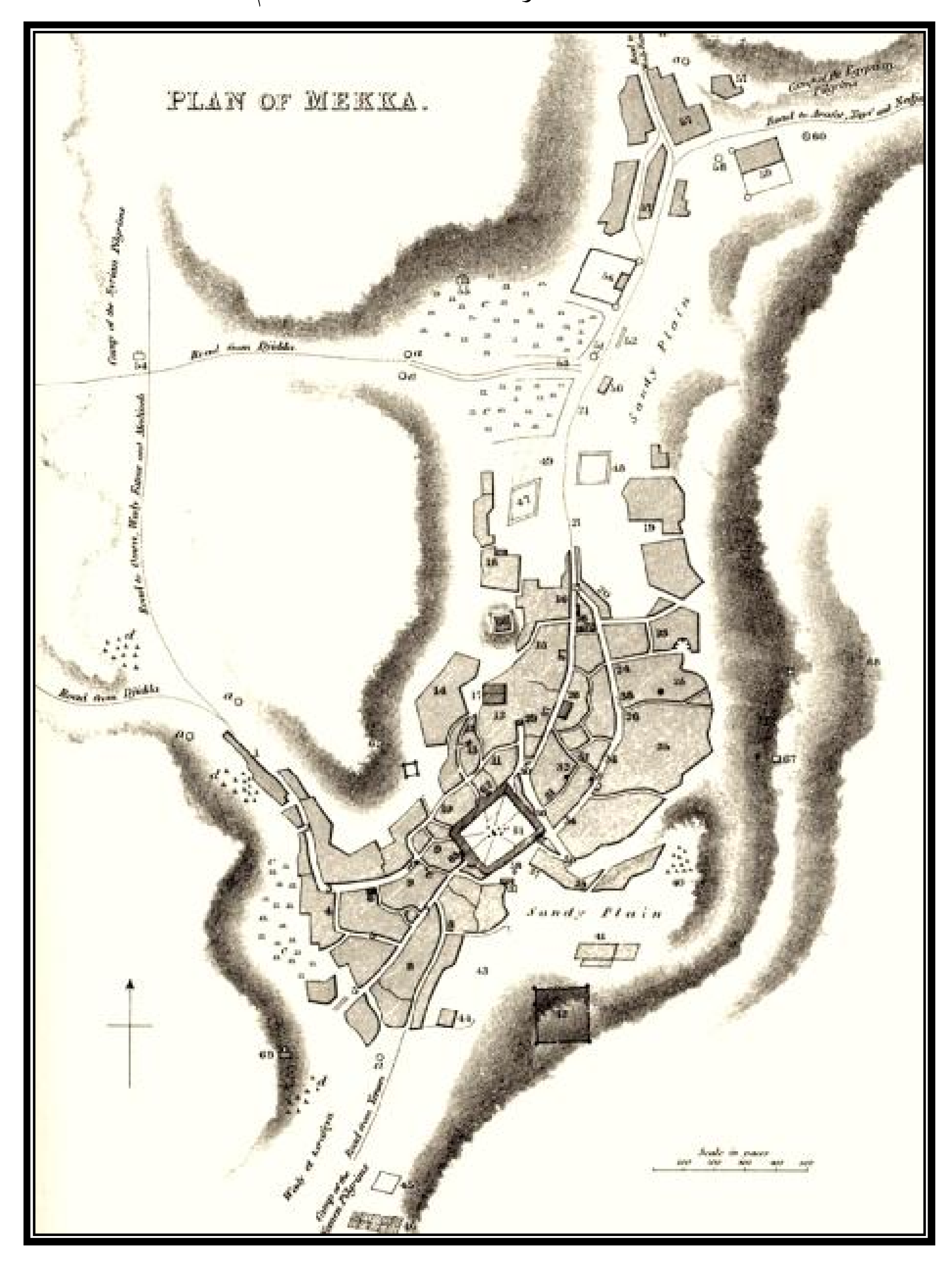
وإذا كانت الشخصية التاريخية لمدينة مكة المكرمة ملصقة بالكعبة وقدسيتها، فثمة صورة أخرى لا تنفصل عن هذه المدينة، وهي صورة التاجر الذي سخر كافة الإمكانيات والمرافق بما فيها الكعبة في سبيل مصالحه الاقتصادية، فقد تدرجت هذه المدينة من تجمع سكاني صغير في بقعة مجدبة إلى أشهر مراكز الاستقطاب لقبائل العرب، إذ إن أسواقها الصغيرة كانت تجمع سكان الحاضرة والبداوة لتبادل السلع والبضائع فيما بينها، وذلك قبل أن تطل على تجارة الشرق وتصبح الوسيط المحوري لها.

ومنذ القرن السادس الميلادي وظف القرشيون التجارة لتكون مصدر رزقهم الرئيس، من خلال تنظيم الأسواق الموسمية المقترنة بموسم الحج، فهي لم تخلط بين العبادة والمرابحة والعشوائية، وإنما اعتمدت التدبير والتخطيط المسبق، حيث أمنوا طريقها بالأمن والحماية والمعاهدات، في الوقت الذي امتنعوا فيه عن الغصب والسبي، وتفعيل دور الأسواق في حمل ألوان الترف إليها، حيث جُلبت الملابس الحريرية والعطور والطيب والسروج المطرزة والسيوف الهندية، هذه المهرجانات أسهمت بشكل مباشر في اتساع إقليمها الخدمي، وهو جانب يمكن دراسته من الشكل (٢-٢):

* البزاز: بائع الثياب أو متاع البيت أو السلاح ودخل فيه الدرع والسيف(ابن منظور، ١٩٩٧م،ص٢٠٣)

شكل رقم(٢-٢)

مدينة مكة المكرمة ١٣٣٩هـ/١٨١٤م



المصدر: مرزا، ١٤٢٦هـ، ص٦١.

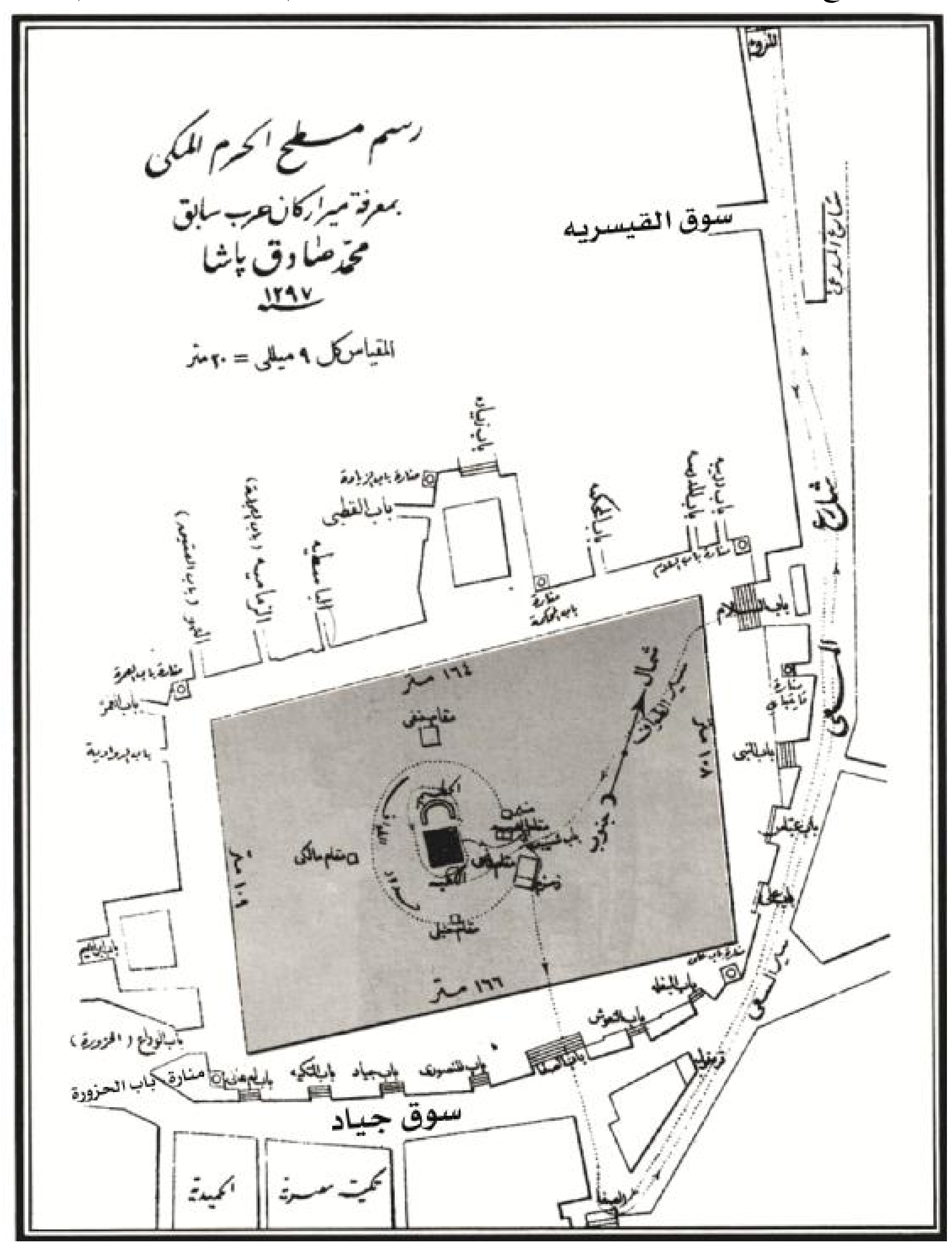
من خلال تحليل الشكل(٢-٢) والذي رسمه الرحالة بوركهارت John Lewis Burckardt ، نجد أن مدينة مكة المكرمة قد ازداد نموها لتصل مساحتها نحو ٢٥٠٠م٢، وهي تصف مناطق واتجاهـــات الأودية والأزقة، وهي الاتجاهات التي نما خلالها جسد المدينة، والذي لم يتغذَ على العوامل الداخلية فقط بل تهيأت له طرق خارجية ساهمت في نمو الحركة التجارية، حيث يظهر ارتباطها باليمن من الجنـــوب، وبجدة من الغرب، وبالمدينة والطائف من الشمال والشرق، وهي شرايين تنصب في قلب المدينـــة، وإلى جانبها عملت عوامل سياسية خارجية على إنعاشها منها: النزاع الدائر بين الفرس والروم مما أتاح لهم سهولة التعامل مع الطرفين،كما أن اضمحلال الملاحة في البحر الأحمر أثـــر في ظهـــور طريـــق الـــبر الحجازي، وهو طريق رحلة الصيف والشتاء بين الشام واليمن، والذي ربط بين الجنوب والشمال لتحل محل تجارة البحرين بين عدن القديمة وخليجي السويس والعقبة، وقد أفاد هذا التحول من تجارة البحـــر إلى تجارة البر لعرب الحجاز لاسيما قريش.

كما أن اختلاف النمط الإنتاجي في مراكز الاستقرار الحجازي، في الطائف ذات الطابع الزراعـــي والصناعي؛ أو من يثرب ذات الإنتاج المتنوع(الزراعي-التجاري-الصناعي) حقق لمكة بعض التوازن قبل أن تؤول إليها الزعامة في التجارة، (بيضون،بدون تاريخ،ص٨١-٨٢) ساعد على ذلك عدة عوامـــل موضعية وسياسية أسهمت في بناء كيانها التجاري على النحو التالي:

- وقوع مكة على مفترق طرق القوافل العربية بين الخليج و العراق والحبشة واليمن وبلاد الشام كمراكز تجارية عظمى في ذلك الوقت.
- تطورها إلى محطة مرور على غرار المحطات التي يتوفر فيها الماء، حيث الطرق تتعرج عادة باتجاه العيون.
- تجانس التركيب السكاني وتضامن المصالح بين الأطراف القرشية، إذ كانت الوحيدة التي تتمتع بهذ الحد النسبي من الانسجام، مما انعكس بصورة إيجابية على مصالحها التجارية المزدهرة وقوة مركزها بين القبائل.
- تحول مكة إلى مركز خدمي، ونشأة أسواق داخلية، حتى أصبحت أكثر جاذبية للتجـــار في تشجيعهم علي تكوين المؤسسات التجارية التي تنظم المعاملات المالية:كضرائب المرور وشؤون الربا والصيارفة والمضاربة والتأمين علي السلع، فضلا عن النشـــاط الاجتمـــاعي والثقـــافي والتجاري السنوي.
- أثر نظام الإيلاف(أمن الطريق دون حلف مع الولايات العظمى)الذي كان هو القوة المحركـــة التي دفعت مكة لتستوعب البداوة والتحضر، حتى أصبحت حلقة مركزية واسعة تلتقي عندها مصالح الدول الكبرى حينها، وظهرت مواقع أســـواقها حـــتى عصـــور لاحقـــة (المصـــدر السابق،بدون تاريخ،ص٦٦-٩٤)و يمكن ملاحظتها في الشكل التالي:

شكل رقم (٢-٣)

مواقع الأسواق الداخلية والمناطق التجارية المحيطة بالمسجد الحرام ١٣٩٧هـ/١٨٨٠م



المصدر: مرزا، ١٤٢٦هـ،ص٧٣.

من خلال تحليل الشكل السابق نجد ارتباط الأسواق الداخلية ببوابات المسجد الحرام كسوق الحزورة، وهو سوقها الرئيس الذي يقع ملاصقاً للمسجد الحرام من الجهة الجنوبية الغربية ودار الندوة، والذي كان يشهد معظم فعاليات المدينة الدينية والاقتصادية والاجتماعية الثقافية كانت تقام في هذه المنطقة، ولقد تنوعت في هذا السوق صنوف التجارة والخدمات التي تقدمها، حتى ضُم إلى مساحة المسجد الحرام في القرن الثاني الهجري. إلى جانب المناطق التجارية(التكيات) المخصصة لبضائع كل منطقة، والتي منها التكية المصرية في جنوب غرب المسجد الحرام.

ولا يخفى الدور الذي لعبته قريش في إنعاش التجارة المكية من عقد للأحلاف وحرصها على استتباب الأمن لتأمين مختلف متطلبات التجارة من سلع وقوافل ودور للتجارة، والتي منها دار صفوان ابن أمية في جنوبي مكة وتسمى دار مصر؛ لأن القوافل تأتيها من مصر فتقيم أمام هذه الدار، ليجتمع الناس ويشتروا منه المتاع المصري لذلك نسبت له، وعلى غرارها دار الشام ودار اليمن، والتي يمكن ملاحظة مواقع بعضها.

أيضاً من أهم الأسواق في هذه المرحلة سوق الكثيب وسوق الأبطح لم تحدد المصادر التاريخية مواقعها، وكانت تحط فيهما القوافل القادمة للتجارة من السراة والطائف. أيضاً من أهم الأسواق قرن القرض وموقعه أسفل جبلي أجيادين الكبير والصغير، ويباع فيه ثمر القرظ-يستخدم لدبغ الجلود- كما شاركت أفنية البيوت المكية في إثراء النشاط التجاري، والتي كانت تشهد حضور القوافل والمبايعة بين ساكنيها وتجارها، ومن تلك الأفنية فناء دار أم أنمار القارية (الهلابي، ١٤٢٢هـ، ص٣١٤-٣١٦)

إلا أن هذه الأسواق لم تحظَ بذات الشهرة التي حظيت بها أسواق مكة الدورية، والتي امتازت بالشكل الحلقي Market Ring، والتي تشترك في دورة زمنية واحدة، نُظمت على أساس ألا يكون هناك سوق في مكانين متجاورين في اليوم نفسه، وقد تبلور دورها في إشباع حاجات التبادل التجاري بين أقاليم إيكولوجية ذات محاصيل مختلفة، في الطائف والمدينة... ليصبا في إقليم مكة التجاري، الأمر الذي ساهم في تلبية رغبة التجار المتنقلين للالتقاء بالمنتجين في مكان واحد، إضافة إلى عدة أسباب اجتماعية وثقافية تسعى لتفعيل نشاطها التجاري، حيث ظهر هذا النوع من التنظيم المكاني بتوافر عنصري انتظام الزمان والمكان؛ لذلك مال غالبية الباحثين إلى استخدام مصطلح التوافق الزمني والمكاني (حبيب، ١٤١٩هـ، ص١٨-٢٢)ومن أشهرها:

١/سوق عكاظ:

قال عنه الزمخشري:(عكاظ متسوق العرب كانوا يجتمعون فيه فيتنافسون ويتفاخرون...ومنه قالوا تعاكظوا في مكان كذا إذا اجتمعوا أو تزاحموا) وسمي بذلك لأن العرب تجتمع فيه فيعكظ بعضهم بعضاً بالفخار والخصام والحجج، وقد أكد الأفغاني إلى أن نشأتها تعود إلى ما قبل ٥٠٠م، وقد وصفها الإدريسي:بأنها عبارة عن قرية لها من المزارع والنخيل والمياه الكثير.

ويقع سوق عكاظ عند نقطة التقاء دائرة عــرض 21˚ 28´ 24″ شمــالاً وخــط طــول 40˚ 32´ 8″ شرقاً(العمل الميداني،١٤٢٨هـ)، وهي تتبع حالياً لمحافظة الطائف، ولقد عنيت الجهات المختصة في العهد السعودي بتحديد موقعه في عام ١٤٢٦هـ حيث ترجح موقعـه في شمــال شــرق الطــائف بـ٤٥كم، فهو يتمركز بموضع جغرافي ممتاز بين مكة والطائف، وحدوده من الجنوب الغربي الأثيداء، ومن الجنوب الشرقي العبلاء ومن الشمال الشرقي الخريرة، ومن الغرب وادي الأخيضر، تبلغ مساحته ١٠.٥٧٢٨كم٢.

أما إطاره الزمني فقد حدده الأزرقي ببداية خروج الناس إليه منذ أول أيام ذي القعدة، فيجتمعــون به عشرين ليلة يعرضون أسواقهم وسلعهم ويدخل بعضهم في بعض للبيع والشراء في بطن السوق، كما يجتمعون في يوم الجمعة والأحد أسبوعيا فضلاً عن كونه موسمياً.

ومن أهم السلع والبضائع التي تباع في سوق عكاظ سابقاً: الأدم العكاظي الذي اشــتهر بــه في الجزيرة العربية والذي تنتجه الطائف خاصة (إبراهيم، ١٤٢٣هـ، ص٨٨-١١٠) بمختلف أنواعــه المذهب منه والمطلي، ولا تخلو عكاظ من فواكه الطائف وخاصة العنب والرمان والزبيب والنبيذ، كما تباع الحيوانات من الجمال والخيل والإبل ومنتجاتها من السمن والجلود والشحوم، كما راجــت فيــه تجارة الأطعمة والملابس والشراب، ومن أهمها: الشعير والقمح والأرز والسمسم، والتي تأتي بها التجارة من الشام واليمن، كما يباع التمر بأنواعه والأسلحة من مختلف البلدان، كما تباع العطور مثل المسك والكافور والعود، كما اتسعت مبيعات الأصباغ كالحناء والكتم والوسمة والزعفران والورس (أصــباغ الشعر).

و لم يقتصر نشاط هذا السوق على النشاط التجاري وحده بل راجت به الأنشطة الثقافية بين الشعر والنثر وتهذيب الألفاظ، إضافة إلى النشاط الديني الذي برز من خلال الاحتفالات الدينية والمتعبــدات الجاهلية وعقد الأحلاف والمواثيق، وفي هذا النطاق المنفتح على خارج مكة كان محمد صلى الله عليــه وسلم يعرض دعوته على مختلف القبائل التي تُقيم فيه، الأمر الذي يبرز أهمية سوق عكاظ كمركز ثقافي يضم الأنشطة السياسية والاجتماعية والدينية (المصدر السابق، ١٤٢٣هـ، ص١٦٥-١٧٢) وكانت مرحلة زواله واندثار عكاظ فقد جاءت مواكبة لفتنة الخوارج سنة١٢٩هـ/٧٤٦م، واستغنى النــاس عنها بأسواق منى وعرفات، إلى جانب انشغالهم بالفتوحات الإسلامية، نقلاً عن (http://www.arab-ence.com/servers/gall)حتى عاد إحياء نشاطه في أول مهرجــان أدبي ثقافي في صيف ١٤٢٩هـ (ملحق رقم ٧)

٢/سوق مجنّة:

ومجنة اسم مشتق من الجنة التي هي البستان، نسبة لعذوبة مياهها وغزارتها نسبياً، وقد وصفه ابــن الأثير في لسان العرب: بأنه موضع في مكة على بعد أميال، وكان يقام بها العــرب (ابــن منظــور،

١٩٩٧م، ص١٩) وهي لكنانة ولهم فيها آبار وماء، ويمتد حيزها المكاني في أسفل مكة في نقطة التقاء وادي فاطمة بالجموم ويمر بجوارها وادي مر الظهران، وقد كانت نهايتها متزامنة لسوق عكاظ.

أما حيزها الزماني فيبدأ بعد عشرة أيام من نهاية سوق عكاظ، وبالتحديد من ٢٠ ذي القعدة وحتى أول ذي الحجة، وشأن هذا السوق كعكاظ يأتيها الناس محرمون بالحج ويباع فيها ما بقي من البضائع التي عرضت بسوق عكاظ.

كما نال جانباً من الاهتمام من قبل الحكومة السعودية لإحيائه الذي كان عام ١٤٣٠هـ، وذلك بإقامة مهرجان الربيع، في منتزة البهيتة وتستمر فعالياته عشرة أيام، ويعرض السوق العديد من النقوش الأثرية والمناظر الطبيعية والبيئية يرجع تاريخها إلى مئات السنين إلى جانب العديد من الأنشطة القديمة والحديثة (الجزيرة،١٤٣٠هـ،ص١٥)

٣/سوق ذي المجاز:

واشتق اسمه من إجازة الحجيج التي تكون منها إلى عرفات وهي مسافة ٣أميال من عرفات، إذ تقام فيه مختلف الأنشطة التي قامت بعكاظ ولكن ليس بذات السعة نفسها، ويعد ثاني أكبر أسواق العرب قبل الإسلام بعد سوق عكاظ في الأهمية، ًأما عن حيزها المكاني فقد أشار إليه الواقدي بأنه في موضع خلف عرفات، وقد حُددت حديثاً في شمال شرق حي الراشدية (انظر ملحق٧)

أما الإطار الزمني لذي المجاز فيمتد من اليوم الأول من ذي الحجة ويقيمون به حتى يوم التروية، وهي آخر أسواق التجار والحجاج، فخلال هذه الأيام السبع يكونون قد باعوا كل ما جاءوا به للتجارة، حيث يتوقف تبادل المنافع في أيام الحج بل هي أيام عبادة بحتة، (إبراهيم، ١٤٢٣هـ، ص٨٨-٩٩) حتى جاء الإسلام منعشاً لها بالحث على تبادل المنافع حتى في أيام العبادة، قال تعالى:(لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ (١٩٨)) سورة البقرة. ولقد حددت مواقع سوق عكاظ ومجنّة وذي المجاز طبقاً لبعض المؤرخين، كان منها كروكي بخط اليد لحمد الجاسر (انظر ملحق ٧)

٢-٣ المرحلة الثانية:عصر الإسلام

في القرن الهجري الأول/ السابع الميلادي انتقلت أسواق مكة إلى مرحلة الأسواق المتخصصة بالسلعة الواحدة، إذ أن تزايد الشعوب التي انضمت لراية الإسلام زاد من رواج وازدهار أسواق مكة الداخلية، بفضل التنوع السلعي الذي تبع ذلك التزايد في الشعوب المسلمة، وكثرة المجاورين للمسجد الحرام من طلاب العلم والمعتمرين، إلى جانب تهافت سكان القرى الزراعية المحيطة بها لبيع محاصيلهم ومنتجات ماشيتهم في أسواقها، كما أن التزايد السكاني لقاطني مكة في المواسم الدينية أوجد مواسم للنشاط التجاري متناغمة مع مواسمها الدينية، خاصة بعد أن حل الإسلام، وقد أشار الإدريسي بأن لمكة موسمين تجاريين :أحدهما في شهر رجب والآخر في شهر ذي الحجة (الزهراني وآخر، ١٤١٨هـ، ص١٦-

٢١) وتبعاً لذلك فقد ازدادت أعداد أسواقها إلى أن بلغ عدد المحلات في عام ١٠٨٠م إلى ١٣٠٠محل (آل زيد، ٢٠٠٥م،ص١٦٦) مع اندثار بعضها تبعاً لظهور التخصصات، مثل سوق حزورة، والذي تلاصقت به العديد من الأسواق المتخصصة، وقد امتازت تلك الأسواق بالتخصص في سلعة واحدة وفي أقسام متفرقة، وانتظم فيها أصحاب الحرفة الواحدة فيما يشبه المؤسسة النقابية ويرأسهم فيها شيخ الطائفة، مما بلور مستوى المنافسة بين أصحاب المهنة الواحدة، وبالتالي ارتفاع مستوى الحرفة (السرياني، ١٤٠٥هـ ،ص٥٣).

وبصفة عامة امتاز نظام التخصص السلعي بعدة مزايا:

- اتساع نطاق المنافسة بين تجار السلع المتماثلة.
- سهولة حصول المشتري على أفضل السلع بأقل ثمن بعد أن يتجول ويطلع على الأسعار والبضائع المعروضة، إلا أن أبرز عيوب هذا النظام هو استغراق المشتري لكثير من الوقت والجهد في قطع المدينة طولاً وعرضاً للحصول على كل احتياجاته؛ لأن كل سوق به نوع واحد من البضائع(الحسن، ١٤٠٥هـ،ص٢٧٥)

وفي هذه المرحلة تحولت الكثير من دور التجارة إلى مجمعات تجارية وحرفية، رغم افتقادها لتنظيم الموقع والحرف غير المتناسبة مع بعضها، كوجود سوق الحدادين بجوار سوق الفاكهة وسوق الرطب...

أما عن التوزيع المكاني الذي اتخذته أسواق هذه المرحلة فهي النقاط المقابلة لبوابات المسجد الحرام، والتي تزيد عن عشرين باباً في جهاته الأربع، وكلها تفضي إلى أسواق متخصصة وأخرى شاملة، وقد بلغت أعداد الأسواق في هذا القرن بأكثر من ٢٧سوقاً متخصصة، والتي يمكن ملاحظة بعضها في الشكل رقم(٢-٤):

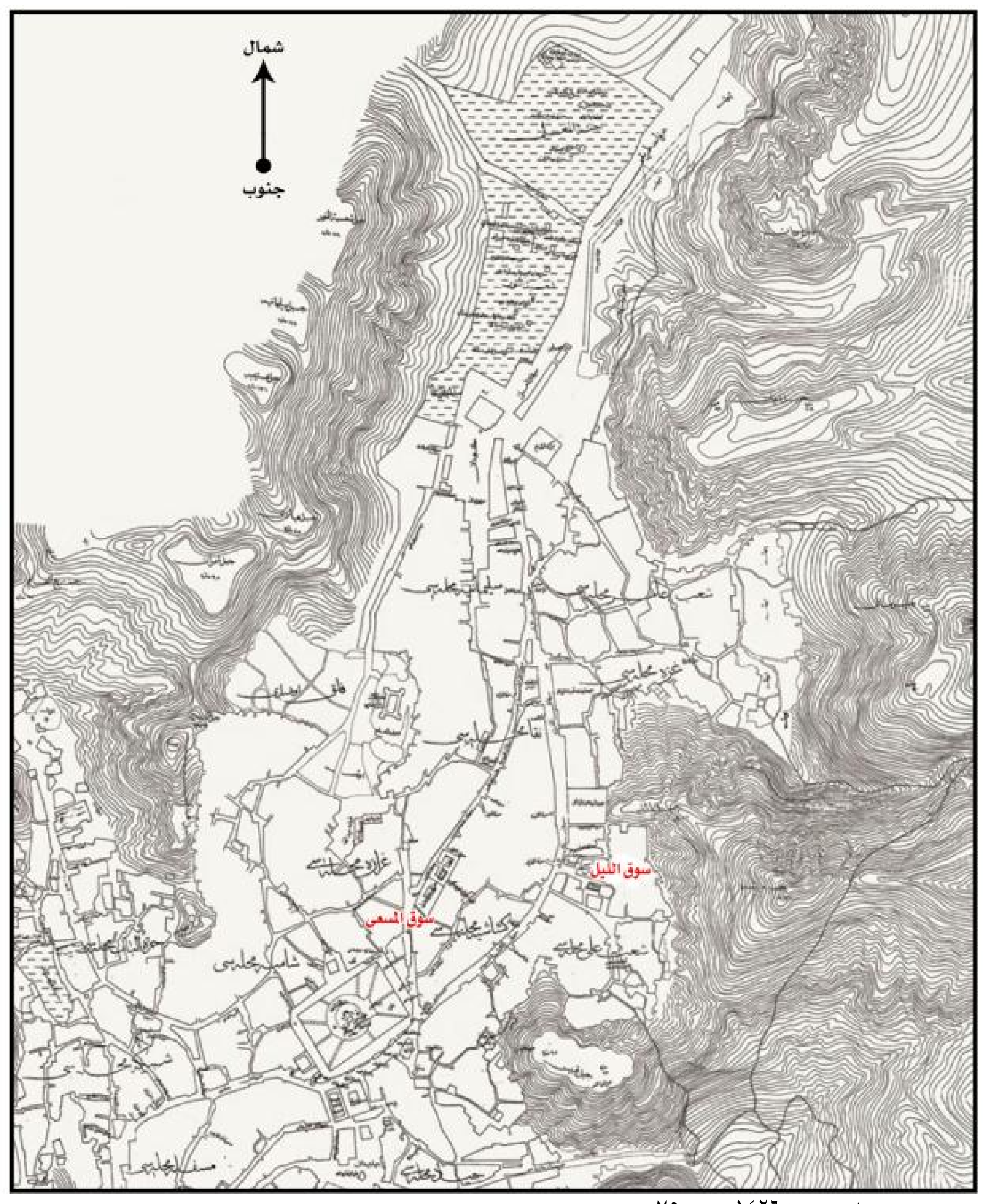
من خلال تحليل الشكل(٢-٤) والذي مُثل باللغة التركية نجد أن أهم الأسواق القديمة في هذه المرحلة: سوق الليل وسوق المسعى والسوق الصغير .

١/ سوق الليل:

يعد من أهم أسواق هذه المرحلة ويقع شمال شرق المسجد الحرام، وهو بين الغزة والمسجد الحرام، ويقام به مزاد يومي بعد صلاة العصر لبيع الأدوات المستعملة، وكان يطلق على هذا المزاد حراج العصر، حتى أطلق اسم السوق على الحي كاملاً وغدا من أشهر أحياء مكة، حيث تخصص بمعامل صنع الأواني الفخارية ومحلات للنجارين وصانعي الأثاث، أما الآن فلا أثر لهذا السوق إذ إنه أضيف إلى ساحات المسجد الحرام في التوسعة السعودية الأخيرة (آل زيد، ٢٠٠٥م، ص١٦٧)، كما يضم هذا السوق عدة تخصصات منها: سوق الفاكهة والرطب والبهارات والألبان والحدادة والنجارة.

شكل رقم (٢-٤)

مواقع بعض الأسواق في الفترة ١٣٩٨هـ/١٨٨٠م



المصدر: مرزا،١٤٢٦هـ، ص٧٥.

٢/السوق الصغير:

يقع في غرب المسجد الحرام وهو بين الشبيكة وغرب المسجد الحرام والمسفلة، وكان يباع فيه الأطعمة الشعبية والحلويات والخبز واللحوم والبقول، كما تُعرض به بعض المأكولات الهندية واليمنية، وفي التوسعة السعودية الأخيرة أزيل و أضيفت مساحاته لأرض المسجد الحرام (آل زيد، ٢٠٠٥م، ص١٦٧) ويضم عدة أسواق صغيرة منها: أسواق الخياطة والعطارة الواقعة قرب المسجد الحرام جهة باب بني شيبة، وسوق الصيارفة والغزل والعلف بأول أجياد (مكي، ١٤٠١هـ، ص٢٢٦)

٣/سوق الغنم والماشية:

الذي يقع على ضفة وادي إبراهيم مقابل مدفع شعب عامر من الغرب، ثم انتقل إلى عدة أماكن في مكة منها:منطقة معروفة اليوم ببرحة الرشيدي بشرق شعب عامر، ثم الخرمانية ثم ريع ذاخر، وأخيراً استقرت بالمعيصم حتى وقتنا الحاضر.

٤/ سوق المعلا:

ويعد من أهم أسواق هذه المرحلة ، ويقع بين الجودرية ومقابر المعلا، ولا يزال هذا السوق موجوداً بمكة، وهو عبارة عن عدة أسواق متداخلة منها: سوق الحبابة وسوق النحاسة، كما يوجد به البقالون والعطارون وبائعو الخردة والأحذية.

٥/ سوق القشاشية:

ويقع شرق المسجد الحرام إلى جوار سوق الليل، والذي لا يمكن الفصل بينهما، وتخصصت محلاتها بصناعة السلاح، وتوجد به معامل الأواني الفخارية ومحلات النجارة والحدادة والعطارة وتنجيد الأثاث، كما يباع فيه البقر والإبل، ولقد ضمت مساحاته إلى المسجد الحرام في التوسعة السعودية الأخيرة من ناحية الصفا.

٦/سوق القرب والصوف ومنتجات البادية:

يقع هذا السوق على امتداد سوق المدعى والجودرية، وكانت تباع فيه القرب بجميع أحجامها كما كان يباع فيه بعض المنتجات الجلدية منها:جراب السكين والسياط الجلدية، كما كان سوقاً لبيع الصوف الخام والصوف المغزول، والذي انتقل موقعه إلى مدخل شعب عامر، أما القرب فانتقلت إلى سوق المدعى.

٧/ سوق الزل والشِمال والمشالح والمفروشات:

ويقع بجوار أسواق مكة عند المروة يشتهر بصبغ الصوف وبيع الزل (المفروشات و المصنوعات الصوفية) والشمال، وهما مصنوعان من الصوف غير أنهما يختلفان في الشكل، فالزل يأخذ أشكالاً مستطيلة ومربعة ، أما الشمال فهي أكثر استطالة لذلك تستعمل في عمل القواطع بين أجزاء بيوت

الشعر في البادية، أما المشالح فتصنع من الصوف للتدفئة والزينة والبعض منها يصنع من الحرير ويحلى بالقصب كما ويضم الحجامة والزينة والحبوب و السمن والعسل.

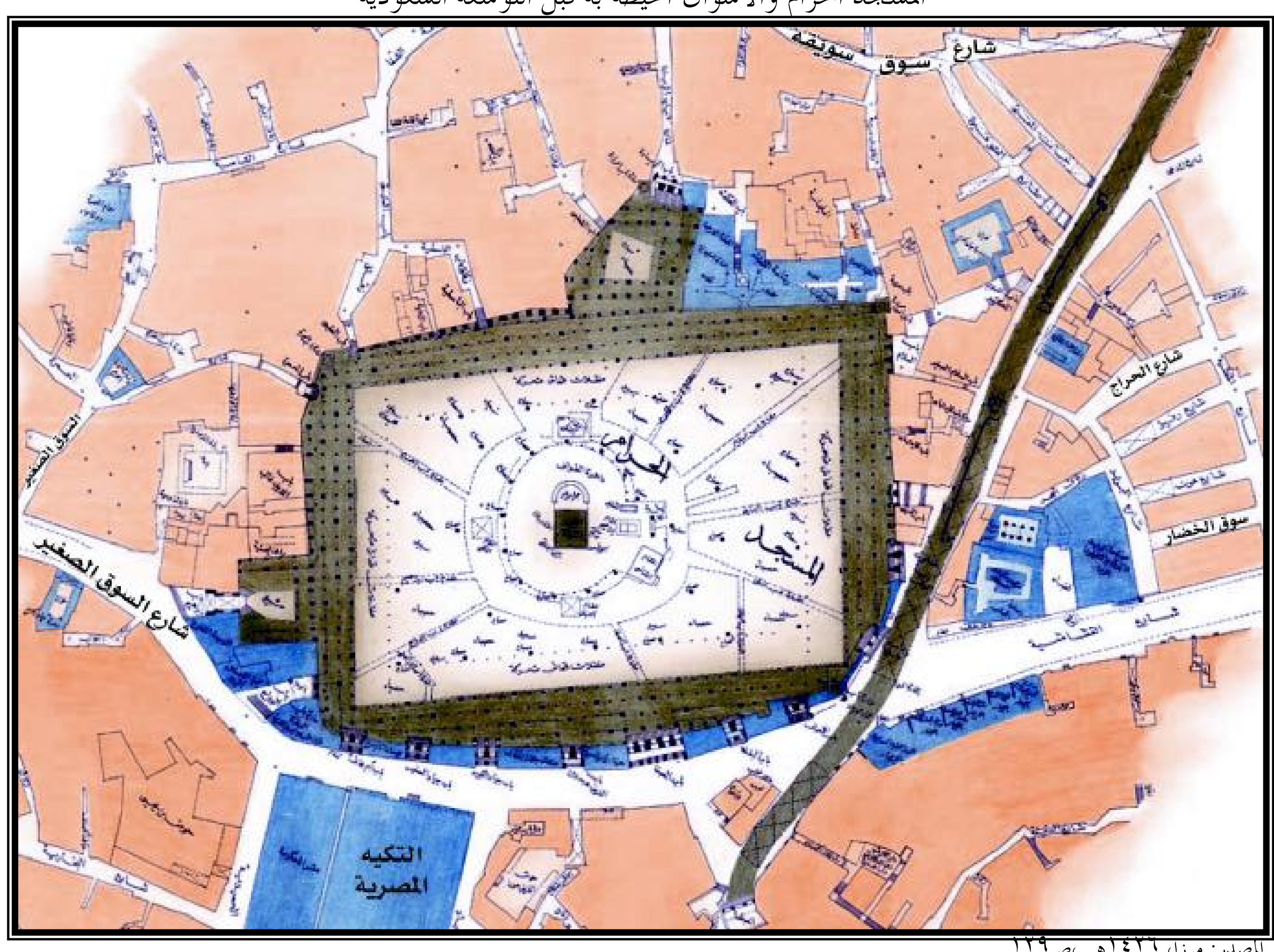
كما توجد أسواق أخرى منها: سوق الرقيق الواقع عند جبل أبي قبيس وسوق الخياطة والبقالين الواقع عند دار أم هاني بالحزورة، وسوق الحطب عند الشبيكة جهة الهجلة، وسوق الوراقين أسفل مكة كما اشتهرت أسواق هذه المرحلة بالسلعة الواحدة من البلد الواحد، مثل السوق المصري والسوق العراقي والسوق اليمني والسوق الشامي والسوق الهندي (آل زيد، ١٢٩٩هـ،ص١١٦-١٦٩)

ولقد امتازت هذه المرحلة بظهور أسواق موسمية راجت بعد الإسلام في عرفة و أيام منى، والتي قامت إبطالاً لأحوالهم في الجاهلية، حتى تخصصت عرفة بسوق كبيرة لبيع المأكولات، أما منى فاشتهرت ببيع الجوهر النفيس من الخرز والأمتعة(الحسن، ١٤٠٥هـ، ص٢٧٨)

أما بداية القرن الرابع الهجري/العاشر الميلادي فقد عُرف بانتعاش سوقي تأثر بدخول مكة في حالة استقرار، خاصة في عهد صلاح الدين الأيوبي، والذي أبطل الضرائب الجائرة على الحجاج (من قبل الفاطميين) سنة ٥٧٢هـ/١١٧٦م، كما أمن الأيوبيين طرق التجارة المؤدية إلى مكة، وقد أخبر ابن جبير عن موسم حجه في هذه الفترة ٥٧٩هـ/١١٨٣م، الذي امتاز بجمعه لمختلف خيرات وذخائر الأرض، مما أوجد الأمن الذي دفع بالكثير من المواد الغذائية إلى مكة منها:الحبوب بأنواعها والسمن بمصادره المتعددة والأسماك المملحة والفواكه المجففة، والبن بأنواعه والجلود بأشكالها، والأقمشة بمصادرها المتعددة، كما أسهم ظهور العملة الأيوبية في إنعاش أسواق مكة(عامل السياسات حكومية)، مما أوجد رواجاً سوقياً في نقاط البيع السوقية (المقريزي،١٩٩٨م،ص١٥٦) ومن أهم أسواق هذه الطفرة أظهره الشكل رقم (٢-٥):

شكل رقم (٢-٥)

المسجد الحرام والأسواق المحيطة به قبل التوسعة السعودية



المصدر: مرزا، ١٤٢٦هـ، ص١٢٩.

من خلال تحليل شكل(٢-٥) نجد أن امتداد قطر المناطق المحيطة بالمسجد الحرام ١٥٠ متراً من أبوابه، والتي قابلتها مواقع الأسواق في تلك الفترة، وهذه نواة الأسواق الشريطية التي تفرعت عنها في العصور اللاحقة، منها سوق سويقة في أعلى المخطط، وسوق المسعى في يمين المسجد الحرام، والسوق الصغير في غرب المسجد الحرام، أيضاً أسواق الشامية في شمال غرب المخطط، والتي وصفتها المصادر التاريخية كما يلي:

١/ سوق المسعى :

والذي يمتد على طول المشعر من الصفا إلى المروة، ويعد من أشهر الأسواق لكثرة ازدحام الناس فيه وتنوع بضائعه، التي تلبي حاجات سكان المدينة وحجاجها، ومن أهم سلعها: الأقمشة والسيوف والساعات والمخطوطات من القرآن والعطور والمسابح والهدايا، ويشتهر بكثرة الحلاقين لخدمة الحجاج والمعتمرين.

٢/ سوق سويقة:

وهي تقع بالقرب من طرف المروة للجانب الشمالي الشرقي من المسجد الحرام، وغالبية بضائعه مقدمة للحجاج مثل : الخرز والعطور والأخشاب والصبار والبخور والملابس والأقمشة الراقية وعقود المرجان واللؤلؤ الصناعي والعقيق الأحمر، إضافة إلى موقع خاص ببيع العبيد.

٣/سوق الشامية:

ويقع شمال المسجد الحرام وبالتحديد في الطرف الشرقي لسويقة، وأسواقه قليلة طول العام ماعدا موسم الحج الذي يبلغ فيه أوج نشاطه، وهو يشبه الأسواق التركية، وتباع فيه السبح والأقمشة الهندية والتركية وبه الكثير من الفصوص والياقوت والعقيق، كما يعرض في الموسم مختلف الأقمشة الحريرية الدمشقية والحلبية والقطنية والنابلسية، وقصب الذهب والفضة، والحرير اللبناني والسجاد التركي.

وحين حل الحكم المملوكي تبدلت فيه الظروف السياسية، حيث عانت فيه أسواق مكة من آثار الغزو المغولي لبغداد، والذي أثر على حركة التجارة بالحجاز، أيضاً الصراعات بين الأشراف وبمكة، وتدخل المماليك في شؤون التجارة المكية، كمنع الباعة من عرض البضائع بالمسجد الحرام٨٣٠هـ/١٤٢٦م، ونتيجة لتلك العوائق والأزمات فقد عم الكساد وارتفعت الأسعار، وقلت الأسواق حتى أنه لم يعرف من أسواق هذا العهد إلا عدة أسواق من أشهرها: سوق باب إبراهيم وسوق التمارين وسوق الصيارفة وسوق العطارين وسوق الليل وسوق المعلاة وسوق الرقيق وسوق الصاغة. حتى حل العهد العثماني والذي عنى بمكة ودورها الديني، مما انعكس إيجاباً على نشاط الأسواق في هذه الفترة(المقريزي،١٩٩٨م،ص٢٤٥) الأمر الذي هيأها لتكون أكثر نضجاً في المرحلة التالية.

٢-٤ المرحلة الثالثة :العصر السعودي

وقد بدأت هذه المرحلة بحلول عام١٣٤٤هـ/التاسع عشر الميلادي، والذي شهد ثورة سوقية تأثرت بعدة ظروف زمنية ومكانية، فقد أصبحت السيارة هي وسيلة النقل بين المدن وشُقت لها الطرق المعبدة،

وطُورت وسائل الحفظ والتبريد والنقل للمواد الغذائية، ليبدأ المجتمع السعودي مرحلة جديدة لأكثر انفتاحاً على الثقافات الخارجية، ونتج عن عائدات النفط قيم وعادات استهلاكية مثل الانفتاح والسفر إلى الخارج، وتعددت مصادر دخل الأسرة، مما زاد من صرفها وتوجهها نحو الاستهلاك الترفي، الذي وجه ٤٠-٦٠% من دخل الأسرة السنوي على الغذاء و١٥-٢٠% على الكساء، ومثلها على العلاج والترفيه والسياحة، و٥-١٠% على الأثاث والأجهزة الكهربائية، و٥-١٥% للتعليم ومثلها للسكن ومثلها مدخرات، الأمر الذي نتج عنه ثورة سوقية تأثرت بعدة ظروف زمنية ومكانية واقتصادية واجتماعية، مما نتج عنه تضخم في الأموال، دفع بمستثمريها لإقامة أنشطة مضمونة الربح قليلة التكلفة في التشغيل، الأمر الذي امتازت به الأنشطة التجارية بين باقي الأنشطة الحضرية بالمدينة، وقد أثرت تلك التغيرات الاقتصادية في تغيير النمط السوقي لبنية الأسواق ووظيفتها، إذ قامت تبعاً لذلك الأسواق المركزية الضخمة، والمتباينة في مبيعاتها من أسواق المواد الغذائية والملبوسات والخضر والفواكه وأسواق الماشية وأسواق الحطب والفحم، إضافة إلى الخدمات المصرفية، حتى بلغت في عام ١٤١٧هـ حوالي ٩٢٢٠٨محل(الزهراني، ١٤١٨هـ،ص٤٥-٩٢)

وتوجه اتجاه التوزيع للتمركز حول المسجد الحرام وعلى امتداد الطرق المؤدية إليه، تباينت في أشكالها وأحجامها من متاجر صغيرة ومنفتحة الواجهات على الشوارع، تنوعت بين الكمالية والجملة، نظمت لها مؤسسات إدارية وظيفتها الإشراف وتنظيم السوق ومراقبة تنفيذ أحكام الشريعة، ولقد قام الهيكل السوقي على تشكيل بؤر مركزية للأسواق المتخصصة في نمط تقليدي بوظيفة تجارية أرقى تنظيماً من أسواق المراحل السابقة، حيث كان النمط السائدة من الأسواق التي تحوي متاجر التجزئة:

من أهمها أسواق وسط المدينة والمكونة من مجموعة من المحال التجارية المتخصصة، التي تمتاز بتنوع سلعها المباعة بين الضرورية والكمالية، وكثافة نسبية في أعداد المتسوقين، وتتسم بالقدم في التصميم وبتعدد مداخلها من مختلف الاتجاهات، ومن أمثلتها:

١/حلقة الخضار والفاكهة بالمسفلة.

٢/السوق المركزي بالمسفلة.

٣/سوق الجميزة للخضار والفواكه.

٤/سوق المعابدة للخضار والفواكه.

٥/سوق بيع المواشي والأغنام والأبقار والجمال على طريق الليث.

٦/سوق بيع المواشي والأغنام و الأبقار والجمال شمال شرق مكة على طريق الطائف.

٧/سوق بيع الأعلاف والحطب والفحم على طريق الليث والطائف.

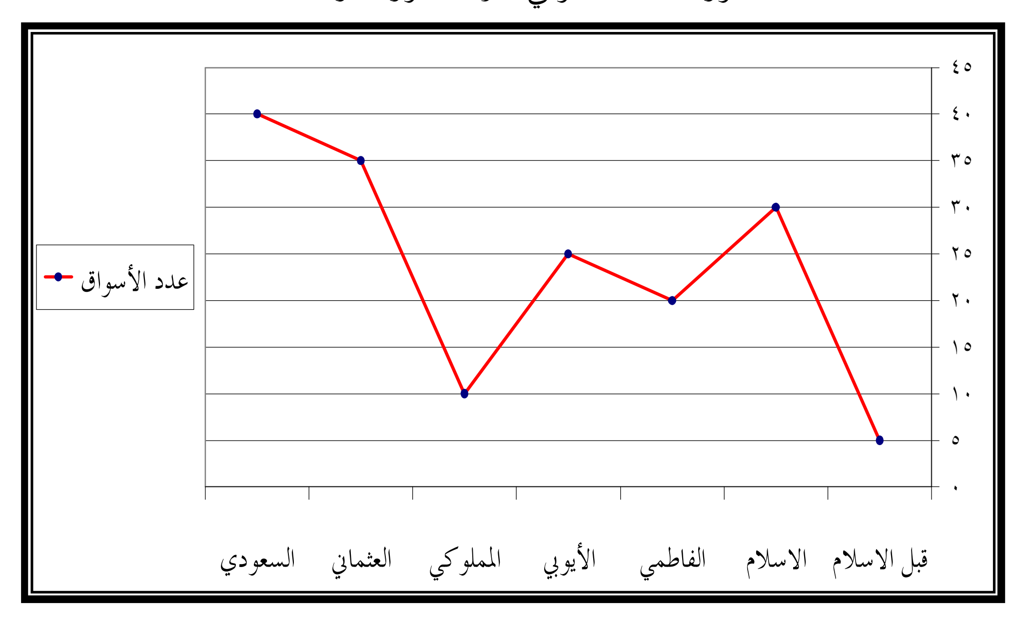
٨/أسواق التنعيم الشعبية (الحبشي،١٤١٣هـ، ص١٢٨-١٣٢)

ومن خلال هذه الدراسة الوصفية لنشأة الأسواق وتطورها بمدينة مكة المكرمة، نجد أن الأسواق القديمة قد تأثرت بعوامل محدودة: الموقع الجغرافي حول المسجد الحرام والتضاريس المهيمنة على قلبها المركزي والطرق النابعة من المركز والمنساقة نحو الأطراف واستخدامات الأرض الدينية للمدينة والسياسات الحكومية التي نظمتها الحكومات المتواترة على المدينة، ويمكن هنا تلخيص قفزات ذلك النشاط عبر المراحل التاريخية باعتبار عدد الأسواق.

وذلك من خلال تحليل الشكل (٢-٦) حيث نلاحظ أن النشاط السوقي قد مر بمراحل عديدة بين نشاط واضمحلال، تأثراً بالعديد من العوامل الطبيعية والبشرية، وقد مثلتها الدراسة اعتماداً على عدد الأسواق في كل فترة، وهو مؤشر مناسب لتمثيل قوة النشاط السوقي، ويوضح هذا الشكل أثر الإسلام في إنعاش الأسواق المكية، حيث بلغ أقصى ارتفاع في أعدادها في عصر الإسلام، الأمر الذي يكشف عن عمق العلاقة بين الوظيفة الدينية للمدينة والوظيفة التجارية بها، وهذا يطابق ارتباط المدن - بشكل عام- بالوظيفة التجارية كوظيفة لاحقة لمرحلة الاستقرار، والتي تتوج بفائض أو تثقل بعجز، تمخض عنه توطن مستقبلي للأسواق في نقاط حيوية تثري نشاطها التجاري، وهو الجانب الذي يعرضه شكل(٢-٧) فنجد أن الاستخدامات التجارية بأصنافها المختلفة تشكل جزءاً مهماً من كيانها الحضاري، إذ إن بذور انتشارها قد بدأت في الظهور، على نقاط متقاربة من المسجد الحرام وفي أحشاء الكتل السكنية كما يظهرها الشكل، والتي أخذت في التبلور على أصناف أكثر حداثة من مراحل النمو السابقة، كما يظهر هذا الشكل الاقتران الواضح ما بين المناطق الصناعية والتجارية، والتي تختص بالمنتجات المحلية، كما يظهر توزعها في مناطق مختلفة من المدينة دون تركزها في نقاط بعينها، الأمر الذي ينم عن تمثيل هذا الشكل لبدايات ظهور الأسواق المركزية، ويشير إلى عمق تأثير العوامل المكانية والبشرية في تشكيل النظام السوقي بالمدينة منذ القدم وحتى العصر الراهن، لتنتقل الأسواق في هذا العصر إلى مرحلة الأسواق الحديثة بمختلف أنماطها ومستوياتها، وفي طليعتها المراكز التجارية والمجمعات التجارية والمراكز الاستهلاكية، وهي بنات الطفرة الأولى للأسواق المركزية، والتي كان بزوغها كنمط للاستثمار منذ عام ١٣٩٦هـ، وازدادت أعدادها خلال الفترة ١٤٠٠-١٤٠٥هـ(أبو ركبة، ١٤٠٦هـ،ص٢٦)

شكل رقم (٢-٦)

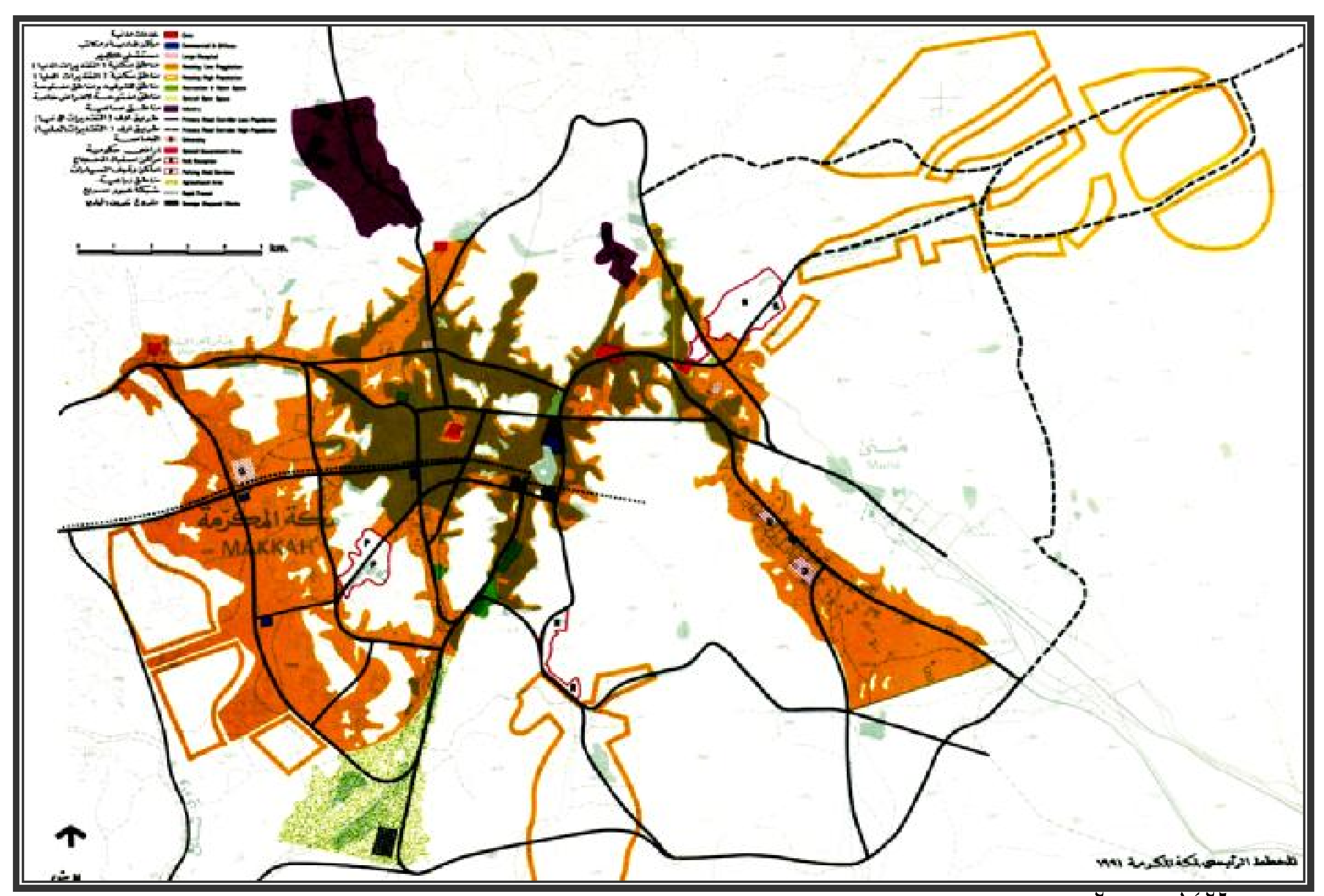
تطور النشاط السوقي عبر العصور التاريخية



المصدر: الباحثة

شكل رقم (٢-٧)

الاستخدامات التجارية بمدينة مكة المكرمة عام١٣٩٣هـ/١٩٧٣م



المصدر: مرزا، ١٤٢٦هـ،ص٢٠.

ونخلص من هذا إلى أن ظاهرة الأسواق هي إحدى الظواهر الجغرافية، التي تمتد جذورها التاريخيـــة إلى أصول نشأة المدينة، والتي نمت وتطورت تبعاً لنموها، غذتها عدة ظروف مكانية وبشرية، منذ المهد وحـــتى بلغت أوج نضجها في العصر الراهن، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

١/الموقع الجغرافي:شكل موقعها حلقة مابين الأقاليم المجاورة.

٢/الطبيعة الطبوغرافية: قلصت من تبني مكة للأنشطة البدائية للمدن كالزراعة، لتتجه نحو التجارة.

٣/السياسات الحكومية: أسهمت السياسات التي توالت على مدينة مكة المكرمة منذ وصـــول الخـــزاعيين التجار من اليمن واستقرارهم بها، وعقبه الحكم القرشي، مما هيأ سبل الاستقرار ومن ثم الإنتاج فالفائض ثم التبادل، عزز تلك الرعاية مكانتها الدينية في نفوس الحكام، وهذا يشير لقوة تأثير السياسات الحكومية، في تأصيل جذور التجارة القديمة بها، إلى أن حل العهد السعودي بتداعياته الاقتصادية، والذي منح المدن الدينية أهمية خاصة، لتفعيل دورها الوظيفي، الأمر الذي يقضي بعمق الارتباط بين وظيفة المدينة الدينية الرئيســـية وأسواقها، والتي تستمد منها قوتها وتضمن لها تطورها وديمومتها، كعنصر فاعل يشغل حيزاً من كتلة المدينة.

٤/استخدامات الأراضي: فمجاورة أبواب المسجد الحرام، وعلى جوانب الطرق وبالمناطق الصناعية...لهي من أهم الاستخدامات التي تسعى الأسواق لجوارها، وبالتالي ظهور المنافسة بينها، مما أوجد نمطاً خاصاً في توزيعها، وهذا مبرر قوي يدفعنا لبحث أبرز سمات تواجدها ودراسة توزعها الجغرافي، كجانب جوهري لا غنى للدراسات الجغرافية عنه.

الفصل الثالث

التوزيع الجغرافي للأسواق الشريطية والمركزية مدينة مكة المكرمة

- المظهر العام لتوزيع الأسواق
- التوزيع الجغرافي للأسواق على مستوى أحياء المدينة
- التوزيع الجغرافي للأسواق على مستوى قطاعات المدينة
- تحليل نمط توزيع الأسواق الشريطية والأسواق المركزية

يعد التوزيع نقطة البداية لأي دراسة جغرافية، وخطوة لازمة لفهم سلوك أي ظاهرة جغرافية،كما أن التوزيع يعني الترتيب أو التنظيم الناتج عن توزع الظاهرات في المكان وفق نمط خاص، وهذا يعني أن التوزيع يمثل الصورة الحالية، أو المحصلة النهائية لمجموعة من العلاقات، يترتب عليها موقع الظاهرة وحجمها وبعدها عن غيرها من الظاهرات.

وتعني دراسة التوزيع بأينية الأشياء، وذلك من خلال الملاحظة والوصف والتحليل، وهي تتمحور حول مواقعها بالنسبة لما جاورها من عناصر مكانية، في مفهوم يعرف بالموقع النسبي Relative Location.

وقد تجاوز الجغرافيون دراسة التوزيع ليبحثوا في تحليل الأنماط Pattern Analysis وهذا يعني البحث عن الطريقة والشكل والاتجاه الذي اتخذته الظاهرة الجغرافية، فقد تكون الظاهرة متقاربة وعلى مسافات منتظمة أو غير منتظمة أو قد تكون متباعدة وعلى مسافات منتظمة أو غير منتظمة، كما قد يكون النمط عشوائياً، أو يأخذ شكل المحور أو الشكل الرباعي أو السداسي أو أي شكل آخر.

ولقد طبقت هذه الجوانب على العديد من الظواهر الطبيعية والبشرية، كأحد الملامح المهمة لإبراز شخصية المكان من منظور جغرافي، ولعل من أبرز ملامح الحواضر بصفة عامة ظاهرة الأسواق، وهي من الظواهر الجغرافية التي خضعت لدراسة التوزيع بغية فهم العوامل والظروف التي شكلت تلك الظاهرة.

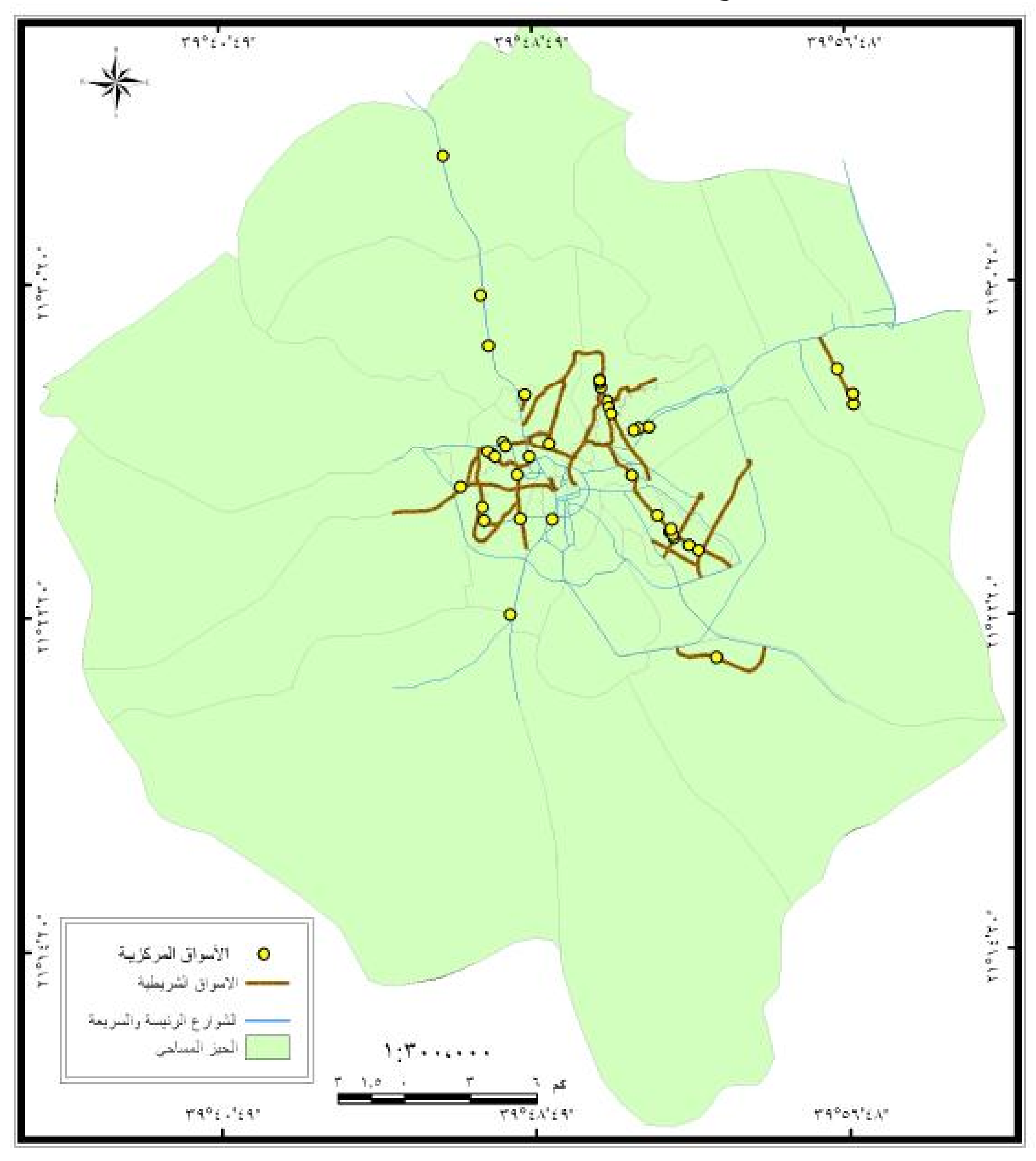
ومن هذا المنظور سيركز هذا الفصل على دراسة مدى انتظام النمط Pattern Regularity الذي اتخذته الأسواق بالمدينة، وذلك بالاعتماد على التحليل الوصفي والإحصائي من خلال دراسة مواقعها، ومن ثم التوقع بمستقبلها، فدراسة نمط الانتظام الحالي، وتحليل العمليات المؤثرة في هذا التوزيع ومن ثم التوقع، فهي حلقات متصلة ببعضها البعض، ولا يمكن فصلها في ظل ديناميكية تغيرها (الفرا، ١٤٠٠هـ،ص٦٥-٦٧)

٣-١المظهر العام لتوزيع الأسواق:

إن دراسة التوزيع المكاني هو أساس العمل الجغرافي الجاد، القائم على وصف وتحليل وتفسير أهم سمات الظاهرة، وفي دراستنا لتوزيع الأسواق الشريطية والمركزية، لابد من تتبع أهم خصائص التوزيع،ومدى ميله نحو التبعثر والتمركز، والتي ستعتمد على دراسة نمط وطبيعة الانتشار Pattern of Scatter ومدى التباعد Spacing وكذا نمط التشتت Pattern of Dispersion، وما من شك في ارتباط ذلك كله بطبيعة المدينة وشكلها الحضري، فهي إما دائرية أو شريطية أو مبعثرة، مما يشكل أنماطاً مختلفة للتوزيع يصعب معها الاعتماد على الوصف وحده، نظراً لأهمية تأثير الشكل الخارجي للإقليم المدروس على مدى التفاعل بين السكان والظروف والمقومات البشرية للمنطقة (الشريعي، ١٤٢٤هـ، ص٣٧٥) والذي يؤثر على طبيعة التوزيع فلو كان شكل المنطقة المدروسة دائرياً فسيفتح مجالاً للتوزع المتقارب، في حين لو كان شكلها شريطياً فسيدفع التوزيع نحو التباعد، ولتطبيق ذلك على مدينة مكة المكرمة وضعت الدراسة الشكل(٣-١):

شكل رقم (٣-١)

توزيع الأسواق على كتلة مدينة مكة المكرمة



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الشكل (٣-١) يتضح أن الصورة التوزيعية العامة للأسواق غير متعادلة في جميع أنحـــاء المدينة، والتي قد تكون محكومة بظروف طبوغرافية أو سكانية أو عمرانية أو وظيفية، وتبدو العلاقة واضحة بين مواقع الأسواق والطرق داخل المدينة، فسهولة الوصول Accessibility سواء لســكان المدينـــة أو للقادمين من خارجها لهي من أهم عوامل نجاح الأسواق ونموها وضمان ديمومتها في النشاط. وإذا ما حاولنا تتبع مناطق توزعها من الشكل(٣-١) فإننا نلاحظ وبشكل عام تركز الأسواق المركزيـــة والشـــريطية في المنطقة المحيطة بمركز المدينة، وبدرجة أكبر في جهة شمال وشرق المدينة، وبالمقابل انخفضت كثافـــة توزيـــع الأسواق المركزية في المناطق الهامشية من كتلة المدينة، وخاصة في الجنوب والغرب والتي تعد من أحـــدث الجهات التي يمتد فيها النمو العمراني، بينما انعدمت الأسواق الشريطية فيها، مما يشير إلى بعدها عن العدالة في التوزيع بين المناطق المركزية والانتقالية والهامشية من المدينة، والذي يدلل على وجود عوامل قوية جعلتها تتوطن في مناطق بعينها دون غيرها.

ويظهر من هذا توافق مدينة مكة المكرمة مع نظرية بيرجس الحلقية The Burgess Concentric التي صنفت المنطقة التجارية ضمن الحلقة المحيطة بالمركز، حيث تتوزع أسواق مدينة مكة المكرمة المركزيـــة والشريطية في المناطق المتاخمة لمركز المدينة، وهذه نتيجة غير متوافقة البتة مع دراسة السرياني التي أرجعـــت شكل الكتلة العمرانية لنظرية مدن ما قبل الصناعة(السرياني،١٤٠٥هـــ،ص٦٠)، وهذه نقطـــة جوهريـــة سيتم مناقشتها في الفصل الرابع من الدراسة.

ويعد شكل المدينة أحد السمات الوصفية للمكان، وهي تهم الجغرافي لعدة أسباب منها: أن الشكل ميزة مكانية مرتبطة بالخصائص الطبيعية لأي وحدة من الأرض، وله من الأهمية ما للتضاريس والمناخ وغيرها من الخصائص الطبيعية، كما لا يخفى دوره في وصف امتدادات المدن والقرى، ومساعدة الجغرافي على اكتشاف علاقات مكانية جديدة.

وللشكل خصائص وصفات متعددة منها: الاندماج والاستطالة Compactness and Elongation (الصالح وآخر، ١٤٢٠هـــ، ص٢٦٥-٢٦٨)، والذي يمكن ملاحظته من خـــلال الشـــكل (٣-١)إذ نلاحظ ميل شكل مدينة مكة المكرمة نحو الاستطالة أكثر من الاندماج، تأثراً بموضع المدينة القديمة في قلب الوادي وامتداده نحو الشعاب وعلى السفوح، ولاختبار مدى الاستطالة طبقت الدراسة معادلة دليل الشكل: التي تتطلب طول أطول محور داخل الشـــكل مـــن أقصـــى شمـــال المدينـــة إلى أقصـــى جنـــوب هـــو ٤٨.٧٢٨٧٦٦كم ومربعها٩٧.٤٥كم، أما مساحة المدينة ١٣٠٠١٢كم٢، والقيمة ١ تعني اســـتدارة الشكل.

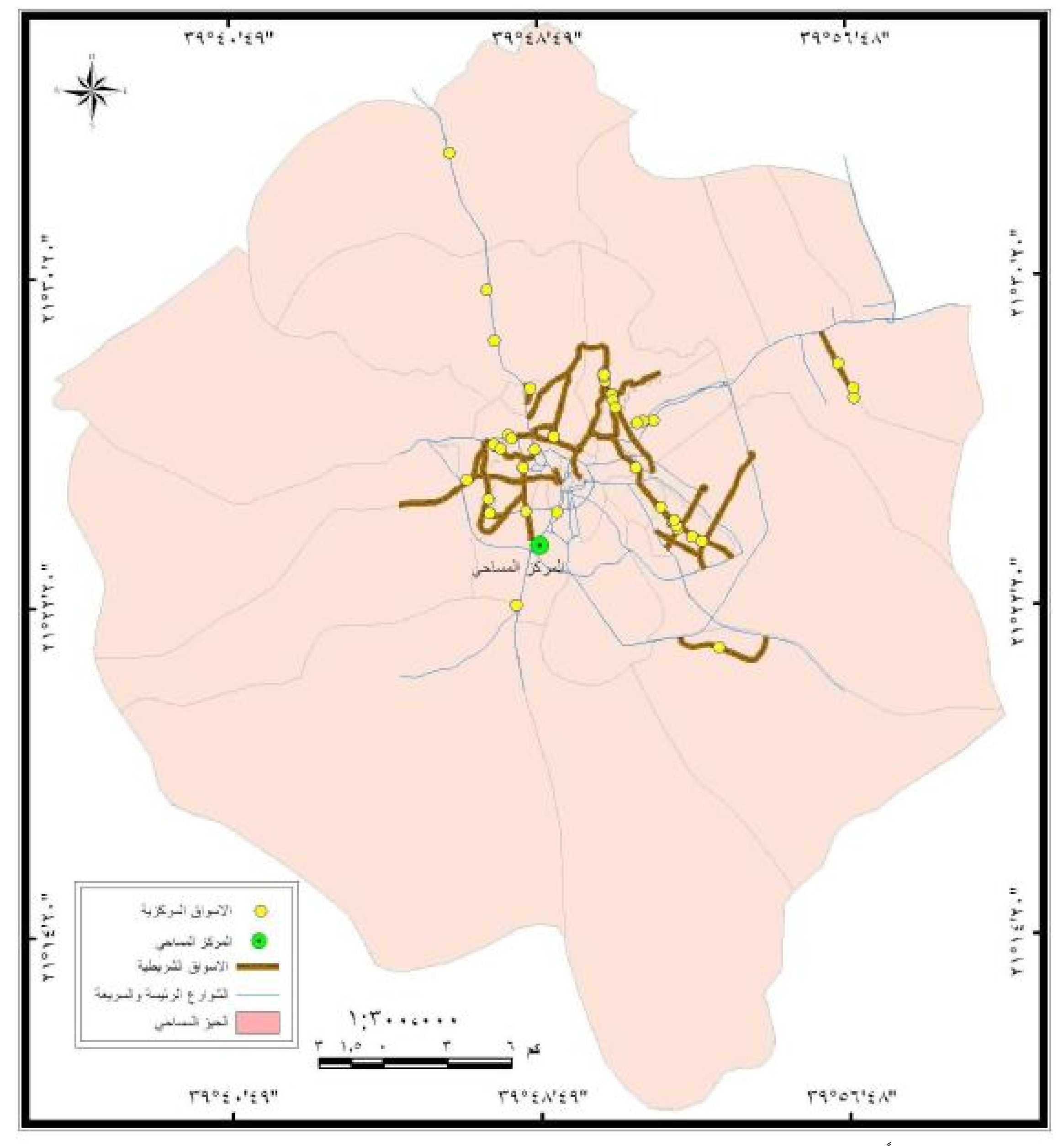
وبتطبيق دليل الشكل وفق القيم السابقة بلغ دليل الشكل ٠.٥، وصغر القيمة باتجاه الصفر يدل على أن الشكل يميل للاستطالة، وهو شكل قريب من المعين غير المنتظم، وهذا يعني أن المسافات غير متساوية مـــن مركز المدينة نحو أطرافها، والذي يفضي لتفاوت الرحلات الحركية للسكان إثر بعد شكل المدينة عن الشكل الدائري، الذي يفترض تساوي أطوال أقطارها المارة بالمركز، وقد أثبت القياس الميداني امتداد كتل المدينـــة من الحدود الشمالية لحي العمرة الجديدة مروراً بالمركز، وحتى الحدود الجنوبية لحـــي العكيشـــية مســـافة طولية٢٦كم، تم قطعها خلال مسافة زمنية ساعة ٦٠دقيقة(العمل الميداني،١٤٢٨هـــ) نظراً لتمركز غالبية الأسواق المركزية على الشوارع التجارية، فستكون ممثلة للأسواق الشريطية في تحديد نقطة الوسيط والجذب المركزية فقط.

- **المركز المساحي "الهندسي"**:

وقد اعتمدت الدراسة على النظم في تحديد موقعها والذي ظهر في الشكل التالي:

شكل رقم(٣-٢)

توزيع الأسواق حول المركز الهندسي لكتلة المدينة



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ، وتطبيق المركز بالاعتماد على برنامج GIS

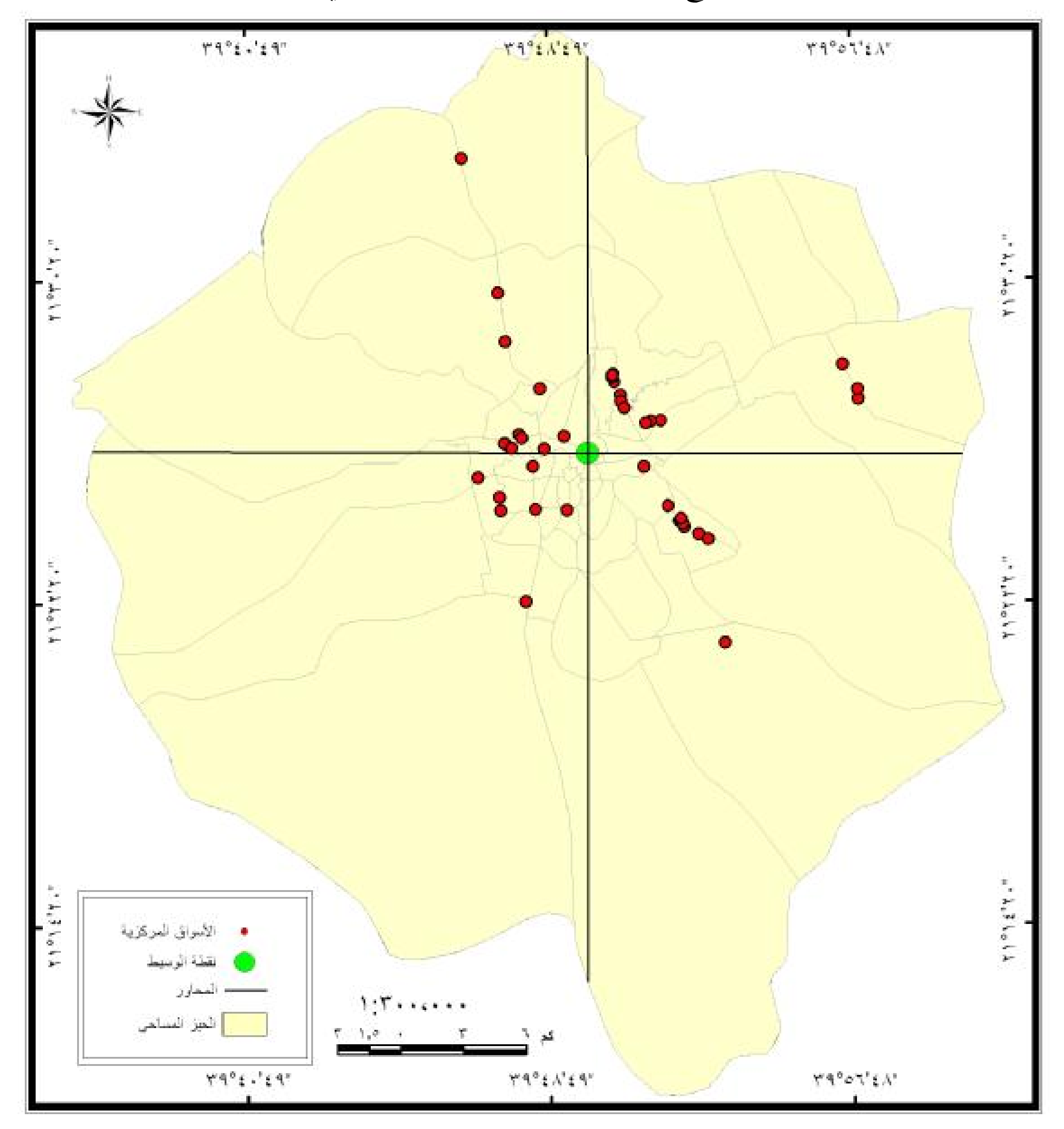
ومن خلال تحليل الشكل رقم (٣-٢) نلاحظ أن نقطة المركز المساحي (الهندسي) للمدينة، تساعد على تحديد نقطة الموقع المركزي بالنسبة للمدينة وربطها بالنقاط الفعلية للأسواق، للكشف عن مدى توازن التوزيع حولها، ونجد أن المركز المساحي يقع جنوب منطقة المسجد الحرام، كما يظهر توزع ٩٥% من الأسواق المركزية و٧٧% من الأسواق الشريطية في شماله، في حين توزعت النسبة الباقية في جنوبها وشرقها، إذ اتجهت المركزية نحو الجنوب بينما اتجهت الشريطية نحو الشرق، واتفقتا في توزعهما نحو الشمال والشمال الشرقي، وتبعد نقطة المركز المساحي عن حي الهنداوية (أكبر الأحياء في الحجم السكاني) بـ٢.٦كم، مما يشير إلى تضخم الأحجام السكانية في مركز المدينة، بينما وقع المركز المساحي للمدينة بعيداً عن حي الجامعة أكبر الأحياء نصيباً من الأسواق بمسافة ٦.٣٥كم، مما يشير إلى بعد مواقع الأسواق، عن الموقع المركزي من كتلة المدينة، كما يُشير إلى وجود عوامل قوية تحكم هذا التركز في مناطق بعينها من المدينة، دون البحث عن التوازن في التوزيع نحو كل الاتجاهات، ونظراً لتطابق الأسواق في غالبية مواقعهما طبقت الدراسة نقطة الوسيط والجذب المركزي على الأسواق المركزية، والتي يمكنها تمثيل مواقع الأسواق الشريطية، نظراً لتبعية غالبيتها في معظم المناطق.

- **نقطة الوسيط** Medium Point:

لقد تم تحديد الوسيط المكاني في النقطة التي يكاد أن تتوزع حولها الأسواق المركزية توزيعاً عادلاً في كل اتجاه بالمدينة، وقد قسمت هذه النقطة توزع الأسواق إلى أربع مجموعات متساوية تضم من ٧-١٠أسواق، ويمثلها الشكل(٣-٢):

شكل رقم(٣-٣)

توزيع الأسواق حول نقطة الوسيط المكاني لها



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ، وتطبيق الوسيط اعتماداً على برنامج GIS

ومن خلال تحليل الشكل رقم (٣-٣) يتضح أن نقطة الوسيط للأسواق المركزية تقع في شمال المسجد الحرام، وتبعد عن حي الهنداوية – أكبر الأحياء حجماً في السكان– بـــ ٣.٧٢كم، مما يشير إلى حـــرص الأسواق على التمركز بالقرب من الثقل السكاني بينما يتعد الوسيط عن حي الجامعة– أكبر الأحياء نصيباً من الأسواق المركزية– بـــ٦.١٩كم، وهذه مسافة طويلة بينها والوسيط، مما يشير إلى حرص الأسواق على اتساع نطاق سلعها بعيداً عن المنافسة قدر الإمكان، وتبعد نقطة الوسيط عن المركز المساحي بالمدينة بمسافة ٤.٤٥كم ناحية الشمال الشرقي منه، وهو الاتجاه السائد للتوزيع ،سواء للشريطية والمركزية.

- **نقطة الجذب المركزية Central Point:**

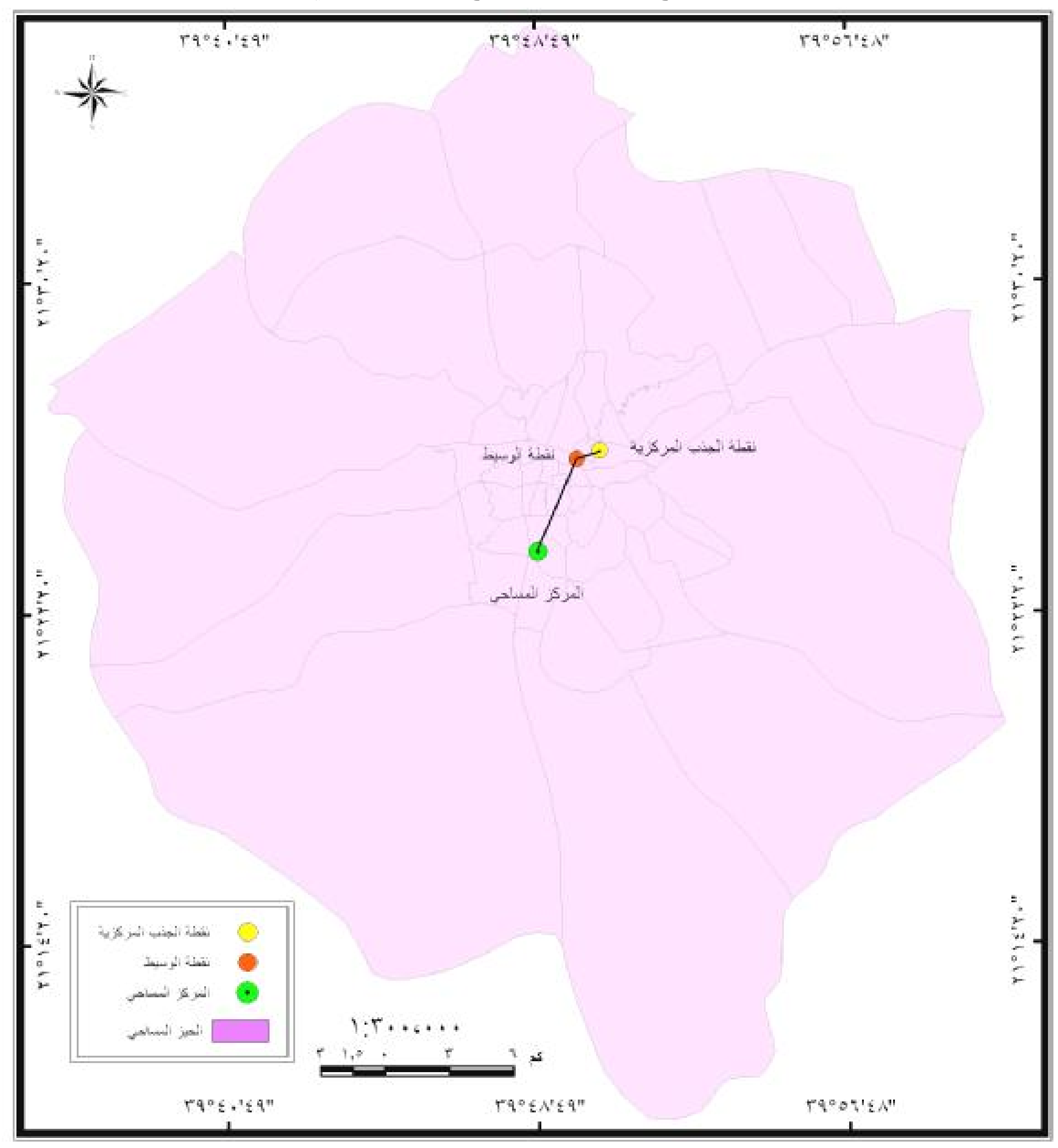
وهي النقطة التي تقع في قلب النطاق السوقي، ولقد اعتمدت الدراسة على برنـــامج GIS لتحديـــدها، وربطها بالمركز المساحي والوسيط في الشكل التالي:

ومن خلال تحليل الشكل رقم (٣-٤) نجد أنه تحدد موقع نقطة الجذب المركزية للأسواق المركزيـــة في شمال شرق المركز الهندسي للمدينة ووسيط الأسواق المركزية، وهي لا تمثل سوى المعدل الحسابي لجميـــع الأسواق المركزية في المدينة، ولا تعني بأي حال من الأحوال أن الأسواق الواقعة عليها ذات أهمية سكانية أو وظيفية أو تجارية في المنطقة، كما يظهر تقارب واضح بين نقطة الجذب المركزية والوسيط للأسواق بمسافة قدرها ١.٥كم، في حين ابتعدتا عن المركز المساحي بمتوسط قدره ٥كم، ومن هذا نخلص إلى أن نقطـــتي الوسيط والجذب المركزي قد ابتعدتا عن الموقع المتوسط لكتلة المدينة ، وبشكل عام يمكن القول أن توزيـــع نقاط الأسواق المركزية يميل إلى الشكل المتجمع، ويُظهر الشكل أن متوسط المسافة الفاصلة بـــين النقـــاط الثلاثة ٣.٥كم، وهي مسافة شبه متقاربة.

عموماً يمكن القول أن صورة التوزيع المكاني للنقاط الثلاثة قد انتشرت حولها الأسواق المركزية ناحيـــة الشرق بشكل متقارب وناحية الشمال والغرب بشكل متباعد، ويزداد تركزها حـــول نقطـــتي الوســـيط والجذب المركزية (اللتان تقيسان توزيع الأسواق) في شمال منطقة الدراسة، وهذا يشير إلى قوة ارتباط شكل المدينة بنمط توزع الأسواق المركزية تبعاً لقربها من مركزها المساحي، وبدأت خوض مرحلة التحرك بعيداً عن التمركز حول المسجد الحرام، تأثراً بمخططات التنمية التي تسعى لإيجاد المسافات بين الاســـتخدامات التجارية والاستخدامات الإدارية بالمدينة سعياً لتوسيع مجال سهولة الوصول، والذي بات أحد التحـــديات التي يعاني منها مركز المدينة المزدحم.

شكل رقم(٣-٤)

نقطة الجذب المركزية لمواقع الأسواق من موقع المركز المساحي والوسيط المكاني لها



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ ، وتوقيع نقطة الجذب بالاعتماد على GIS.

وعلى ضوء ذلك فإن مدينة مكة المكرمة تمر بمرحلة عدم الاستقرار التي وصفها جون فريد مان في نظريته مراكز النمو Central Growth Theory، والتي صنفها بالمرحلة الثالثة من مراحل النمو، وأسماها بمرحلة النضج الصناعي حيث تستمر سيطرة مركز المدينة على المدينة ولكن بدرجة أقل من سابقتها، وتظهر تخصصات وظيفية بالمدينة تعمل على تأدية وظائف حضارية تخدم المدينة وما جاورها، إذ يمتد مدى خدماتها ويزداد بزيادة مركزية المدينة، ولعل هذا ينطبق إلى حد كبير على منطقة العابدية التعليمية ومنطقة شارع الحج الصناعية ومنطقة العزيزية التجارية...، وهي تحافظ على توطنها بالقرب من مقوماتها التي تقتات منها، (حمدان ، ١٩٧٧م، ص١٣٦-١٥١)، وتتمتع بدرجة عالية من سهولة الوصول تلافياً للاختناقات المرورية التي تزداد تأزماً في أوقات الذروة، كما تتوطن المناطق التجارية عند انقطاع الطريق Route Break أي انسداد الحركة Traffic Damming كما عبر عنها راتزل، وبالتالي ينقطع عند مكة طريق التجارة وتتركز فيها الوظيفة التجارية، وبرغم ما تقدمة تلك المناطق إلا أنها تظل لفترة؛ جيوباً صغيرة خارج العملية التنموية يضعف الترابط بين مركزها والهامش، لذلك وصفت هذه المرحلة بعدم الاستقرار، إذ بدأت الكثير من الأحياء الانسلاخ من أنماطها القديمة إلى أنماط أحدث، يتسع فيها نطاق الخدمات للمنطقة المركزية (أبو رمان وآخر، ١٤٢٥هـ،ص١٠٨)وقد شكلت مرحلة عدم الاستقرار أنماطاً متباينة للكتلة العمرانية بالمدينة محل الدراسة، وبالتالي تنوعت سمات المساحات العمرانية، وما انطبع عليها خصائصه الجغرافية، طبعت أسواق كل منطقة بطابع خاص تأثراً بطبيعتها المكانية وهي على النحو التالي:

١/**منطقة القلب** Heart Area: وهي المنطقة التاريخية القديمة والتي يتوسطها المسجد الحرام ويتحدد بنائها منذ العصور القديمة، كما كانت الأسبق بين مناطق المدينة في ظهور المباني الشاهقة، والطابع الحضاري للمدن، مما جعلها عرضة للانسلاخ الحضري وتغير هويتها، ويتميز القلب بديمومة حركة المشاة، ومحدودية المساحة المخصصة لوقوف السيارات واستغلال شامل ومكثف للأرض، وقد تتبعت الدراسة مراحل النمو العمراني، واعتمدت على اقتصاصها من كتلة المدينة، باستخدام وظيفة التصنيف **Classification** وباختيار **Quantile** تم تقسيم الكتلة،إلى منطقة القلب والمنطقة الانتقالية والمنطقة الهامشية.

ومن خلال تحليل الشكل(٣-٥) نجد أن المنطقة المركزية القديمة تضم تسعة عشر حياً وهي: الشبيكة وأجياد والقرارة والنقا وحارة الباب والشامية والهجلة وجرول والحجون وشعبي عامر وعلي والجميزة والمعابدة والتيسير والبيبان والمنصور والطندباوي والسليمانية والمسفلة والمعابدة والضيافة والزهراء، وتشكل ٣١% من إجمالي أحياء المدينة والبالغة ٦٠ حياً، وتقدر مساحة هذه المنطقة بحوالي ١٦كم٢، وتشكل ١.٢% فقط من إجمالي مساحة المدينة، في حين حازت على ٣٧٧٧٦٥ نسمة من السكان، والتي بلغت نسبتهم ٢٧% من سكان المدينة، وقد حرصت الأنشطة التجارية على التوطن بهذه المنطقة حيث الثقل السكاني وسهولة الوصول العالية بباقي أجزاء المدينة، وكونها القلب الحركي لها، ساعدها على ذلك مرونة

ارتباطها بالمباني السكنية، ولذلك يلاحظ امتدادها على طول شوارعها ومنافذها، وقد بلغ عـــدد محـــلات الأسواق الشريطية ١٦٤٢ محلاً، ومنها أسواق شارع خالد بن الوليد وأسواق شارع أم القرى، كما تحرص الأسواق المركزية على التوزع في هذه المنطقة، وقد بلغت ١٠ أسواق، ومن هذه الأسواق:الصفا والــدرة والوطن مول والمسفلة.

٢/**المنطقة الانتقالية** Zone of Transition

وهي المنطقة المتاخمة للمنطقة المركزية، ولذلك يطلق عليها منطقة الإطار التي تتكون من المحـــلات التجارية الكبيرة ومواقف السيارات والخدمات الصحية والصناعة الخفيفة ووظائف تجـــارة الجملـــة، وبطبيعة موقعها فهي موظفة لدعم ومساعدة منطقة القلب، لذلك توجد علاقة قوية بينهما أوجـــدت التداخل بين المنطقتين، وعلى إثر هذا فقدت المنطقة الانتقالية هويتها الحضارية، فهي ليســـت ضـــمن الأحياء القديمة بالمدينة ولا هي بالأحياء الحديثة، بل هي مزيج لهما، ومن أبرز سمات هـــذه الأحيـــاء عشوائية النمو، ومعاناتها للكثير من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والعمرانية.

من خلال تحليل الشكل(٣-٦) نجد أن المنطقة الانتقالية تضم واحداً وعشرين حياً: جبل النور والعدل وريع ذاخر والأندلس والعتيبية والزاهر والشهداء والنزهة والهنداوية والرصيفة وجرهم والخالدية والشـــوقية والتقوى والكعكية وكدي والروابي والروضة والعزيزية والمرسلات والجامعة، وتشكل ٣٥% من إجمـــالي أحياء المدينة، وتقدر مساحة هذه المنطقة بحوالي ٧٧كم٢، وتشكل ٦% من إجمالي مساحة المدينـــة، أمـــا حجمها السكاني فقد بلغ ٦٤٩٥٦٦نسمة ونسبتهم٤٧% من سكان المدينة. مما يبرز مدى الكثافة العددية للسكان والمتبوع بكثافة عمرانية، طبعت أسواقها بعشوائية التوطن على طرقها وضمن مبانيها، وهنا بلغت محلات الأسواق الشريطية ٢٧٣٠محلاً، منها أسواق شارع عبد الله عريف وأسواق شارع الضيافة.كما أن أسواقها المركزية تعاني من ذات العشوائية في مراعاتها لظروف البيئية المناسبة لها، مما جعلها تعاني من بعض المشكلات الموقعيه والخدمية. ونظير ارتباطها بالقلب فقد حازت هذه المنطقة على النصيب الأكبر من أسواق المدينة المركزية بواقع٢٣سوقاً، منها :سوق الرصيفة الدولي والعتيبية المركزي وسوق ستي لايت.

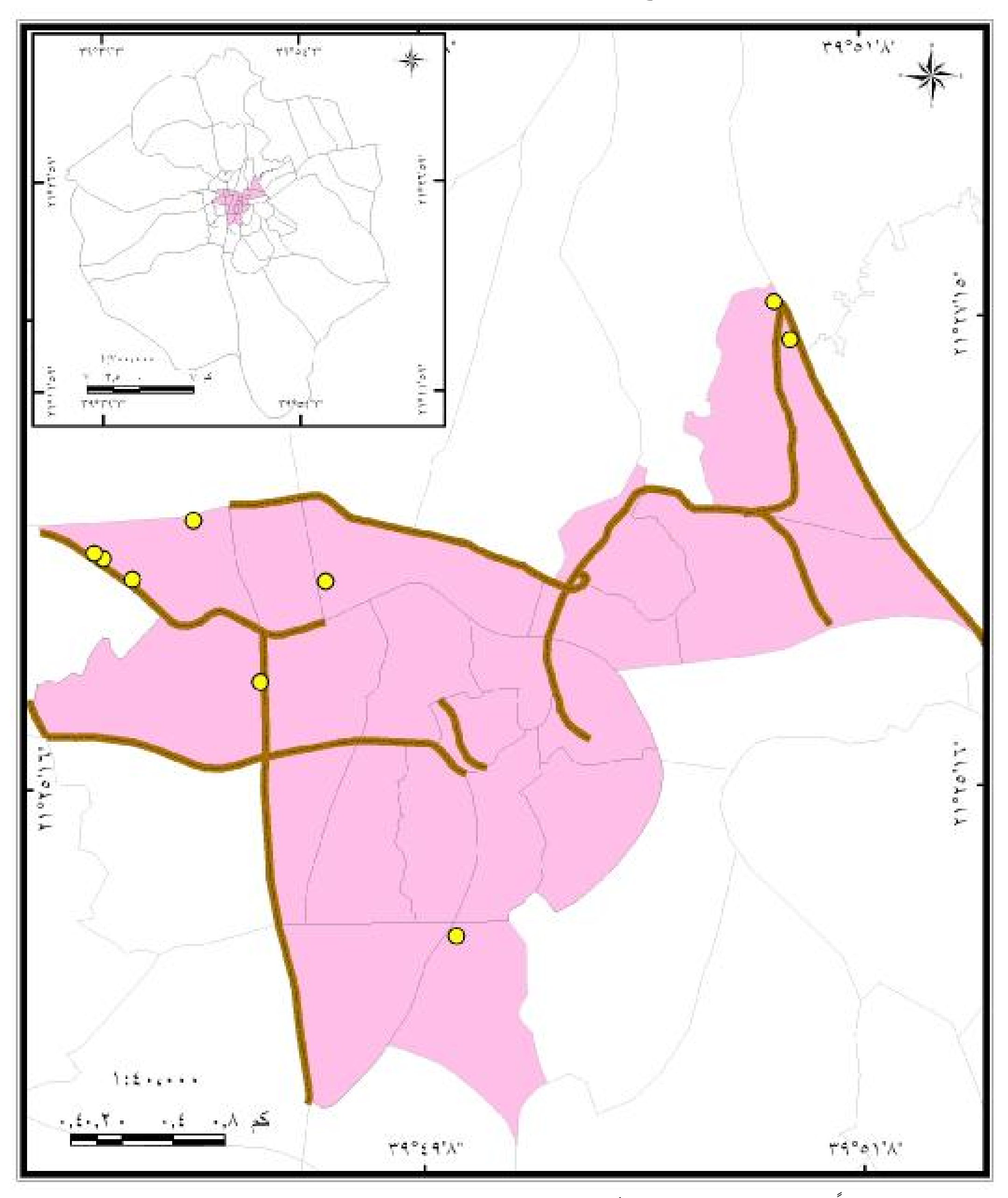
وتعكس هذه الأرقام حرص الأسواق على قربها من الثقل السكاني الذي تزداد حركات هجرتها مـــن القلب نحو هذه المنطقة.

٣/**المناطق الهامشية** Marginal Area :

وهي المناطق التي نمت منذ بداية أول مخطط حديث ١٣٧٥هـــ حتى وقتنا الحاضر، وقد تـــدرجت في نموها حيث بدأت بمخططات شبكية لشوارع متعددة، ويمكن تتبع أسواق هذه المنطقة من خلال الشـــكل التالي:

شكل رقم (٣-٥)

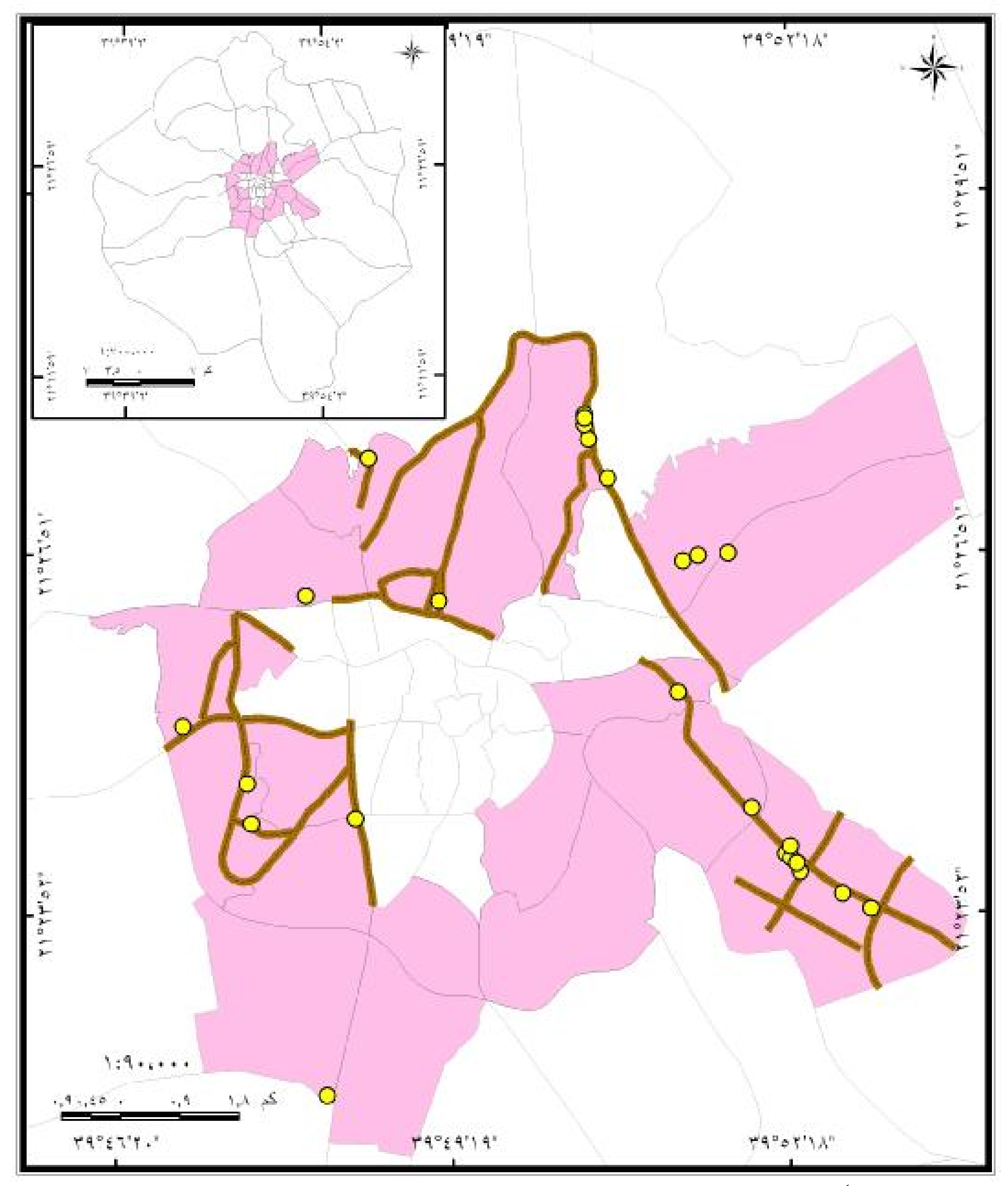
توزيع الأسواق على أحياء منطقة القلب المركزي



المصدر: الباحثة اعتماداً على برنامج GISلتصنيف الأحياء حسب المساحة.

شكل(٣-٦)

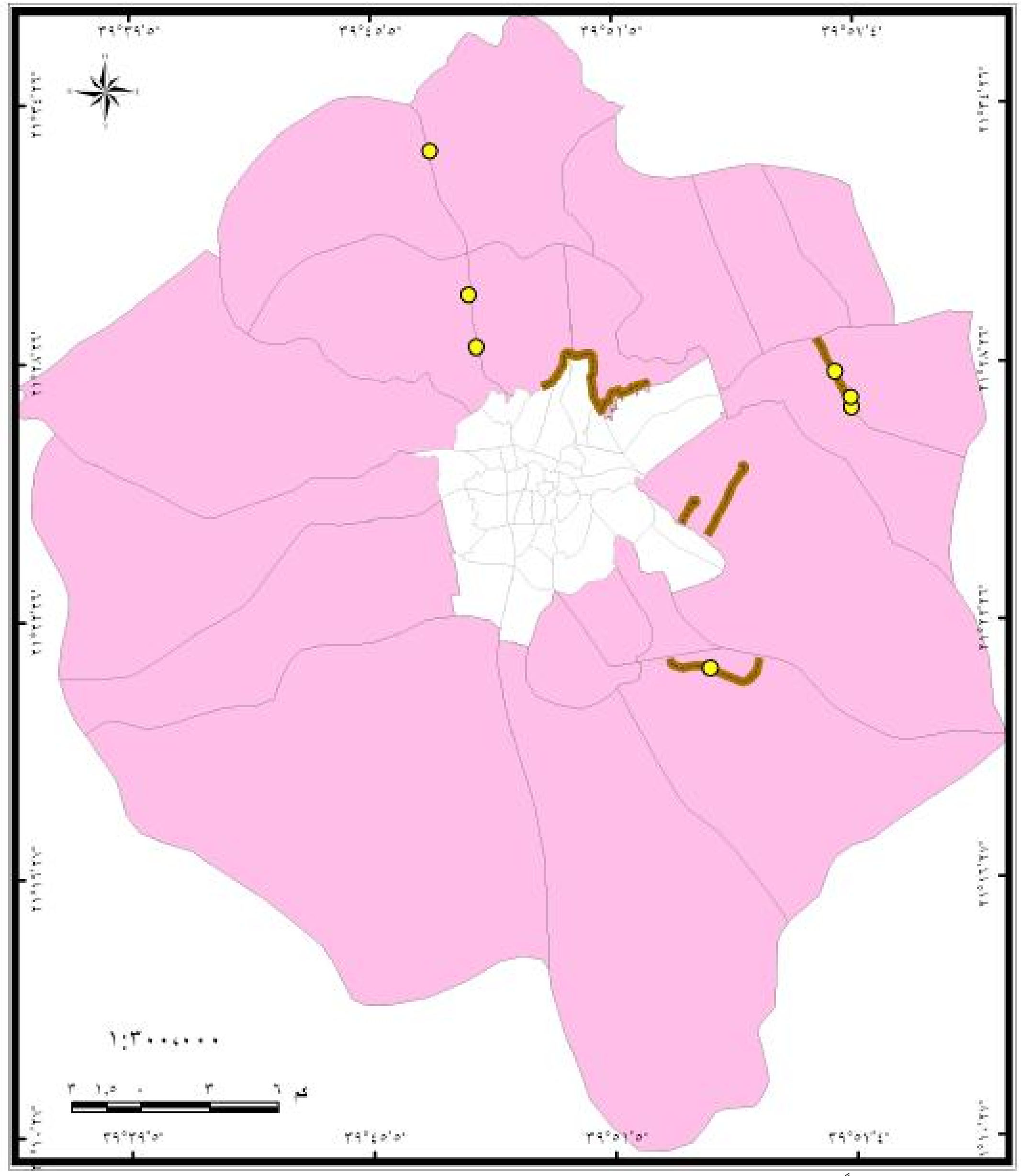
توزيع الأسواق على أحياء المنطقة الانتقالية



المصدر: الباحثة اعتماداً على برنامج GISلتصنيف الأحياء حسب المساحة.

شكل (٣-٧)

توزيع الأسواق على أحياء المنطقة الهامشية



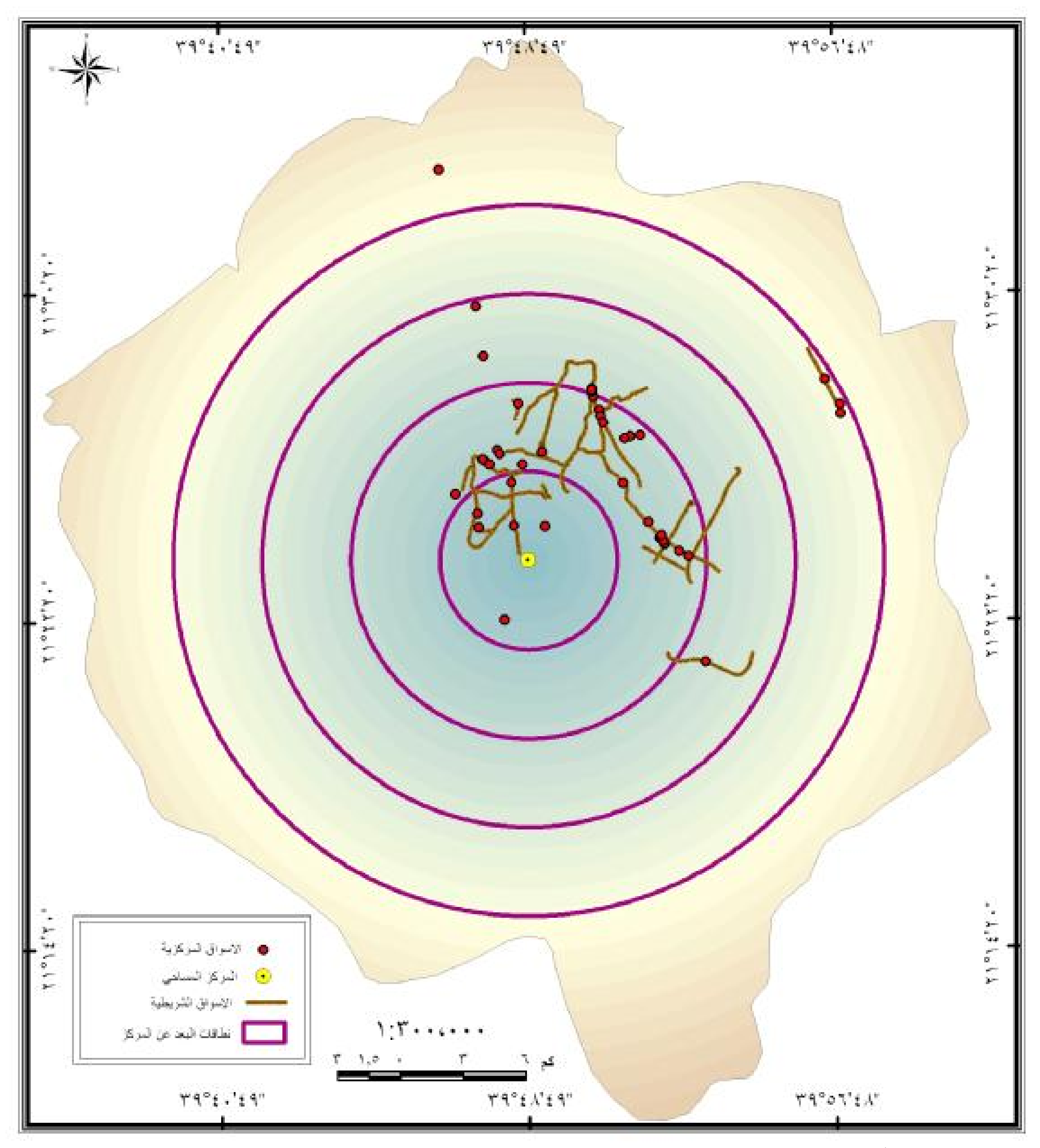
المصدر: الباحثة اعتماداً على برنامج GISلتصنيف الأحياء حسب المساحة.

من خلال تحليل الشكل(٣-٧) نجد أن المنطقة الهامشية تضم عشرين حياً هي: العكيشية وبطحاء قـــريش والهجرة والتنعيم والعوالي والمشاعر والخضراء والراشدية وشرائع المجاهدين والشرائع والعسيلة ووادي جليل والنسيم والعمرة الجديدة والنواري والبحيرات والسلامة والحمراء وأم الجود والملك فهـــد وولي العهـــد، وتشكل ٣٣% من إجمالي أحياء المدينة أي ما يعادل الثلث تقريباً، وامتدت مساحتها بحوالي ١٢٠٧كم٢، والتي حازت على نصيب وافر من مساحة المدينة بلغت نسبته ٩٢ % ، أما عـــدد الســـكان فقـــد بلـــغ ٣٤٢٧١٩نسمة، والتي بلغت نسبتهم حوالي٢٥% فقط من سكان المدينة، ومع ما تتمتع به هذه المنطقـــة بالتنظيم العالي، فقد أفرزت أسواقاً مركزية تتمتع بكامل سماتها المكانية والبشرية الخدمية، حيث المســـاحات الواسعة المنظمة والمركزية في موقعها، والتي تتمتع بسهولة الوصول والاتصال، واقترابها مـــن المســـتويات المعيشية العالية، وتؤدي وظيفتها التجارية بتنظيم عالٍ، ومع ذلك فهي في طور النمو الخدمي والتخطيطـــي، وقد بلغ عدد المحلات التجارية التابعة للأسواق الشريطية ٦٨٢محلاً، ومن أبرزها أسوق طريق المدينة المنورة؛ أما الأسواق المركزية فهي ٨أسواق مركزية فقط، ومنها : سوق الشرائع مول ومركز الحـــارثي وســـوق البحيرات، وهذا يظهر حيازة هذه المنطقة على أقل نصيب من أسواق المدينة.

وفي الواقع فإن التجاذب الواضح بين مواقع الأسواق ومواقع بعض الخدمات الإداريـــة، والمجتمعـــة في منطقة ذات خدمة مواصلات جيدة، سهل الوصول إليها من جميع أحياء المدينة، ولعل هـــذا يتفـــق ورأي نلسون Nelson ، عندما تناول فكرة التجاذب والأعمال التابعةSusciquient Business، وهذا يعـــني أنه مع الزيادة العمرانية ستزداد المسافة (الطبيعية والزمنية) بين منطقة القلب والمناطق السكنية الحديثة، حيث تكون الأرض مناسبة لظهور بعض الأسواق ومناطق الخدمات المحلية بالأحياء، وهذا ولاشك سيكون مرهوناً بوصول المدينة إلى حجم سكاني كبير(Nelson,١٩٩٩,p٥٣) ومن المناسب هنا دراسة متوسط التباعد للأسواق المركزية والشريطية من المركز وحتى أطراف المدينة؛ ولذلك تم تغطية كتلة المدينة بحلقات تبدأ من المركز نحو الأطراف بفارق ٤كم بين كل حلقة والتي تليها، وهي النسبة التي منحت الشكل حدود بينيـــة شبه متناسقة في نمطها العمراني وقربها النسبي من المركز المدينة، الأمر الذي يمكن دراسته في الشكل(٣-٨):

شكل رقم(٣-٨)

مواقع تباعد الأسواق عن المركز المساحي للمدينة



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ، والاعتماد على برنامج GIS لوضع النطاقات

ومن خلال تحليل الشكل رقم (٣-٨) نلاحظ أن:

*الحلقة الأولى: والتي تبعد عن المركز بـ٤كم قد توزع بها حوالي ١٥% من الأسواق المركزية بالمدينة، بينما ضم هذا النطاق ١٨% من المحلات التابعة للأسواق الشريطية وهذا النصيب المتدني.

*الحلقة الثانية: والتي تبعد بـ٨كم عن المركز قد ضمت أعلى نسبة من الأسواق المركزية والشريطية ، وهي الحلقة المحيطة بالمنطقة الانتقالية المحلقة حول مركز المدينة، إذ بلغت نسبة الأسواق المركزية بها حوالي ٦٦%،كما تركز فيها أكثر من نصف محلات الأسواق الشريطية بواقع ٧٢% منها. إذ تعد أولى نقاط الاستقبال لأولى حركات توسع المدينة.

*الحلقة الثالثة: والتي تبعد عن مركز المدينة بـ١٢كم، وقد تركز فيها حوالي ١٠% من الأسواق المركزية ونسبة أقل من الأسواق الشريطية تقدر بحوالي ٥% من محلاتها، مما يظهر فروقاً واضحة في أعدادها بين المركز والهامش، بين ارتفاع مفاجئ حول المركز ومن ثم انحدار سريع نحو الهوامش.

*الحلقة الرابعة: وتبعد عن المركز بـ١٦كم ويتوزع بها ٧% من الأسواق المركزية و٥% من محلات الأسواق الشريطية .

*الحلقة الخامسة: وتبعد عن المركز بـ٢٠كم وهي الحلقة التي حازت على أقل نسبة بين حلقات المدينة إذ بلغت نسبة الأسواق المركزية ٢% فقط بينما خلت من الأسواق الشريطية. إذ تعد هذه الحلقات الأخيرة لآخر محطات الاستقبال لما يُفرزه القلب خلال فترة نمو المدينة.

ومن خلال تحليل جدول المصفوفة الكيلومترية للأسواق المركزية بالمدينة (ملحق٥) لمسافات الفاصلة بين نقاط الأسواق، يتضح أن متوسط التباعد الفعلي بين هذه الأسواق هو٢٩٢كم*، وهي تعكس تأثير طبوغرافية المدينة المتباينة بين سلاسل جبلية وأودية وشعاب ضيقة، مع تأثير الأحجام السكانية ومستوياتها الاقتصادية وعاداتهم الاستهلاكية، في تشكيل بيئة المدينة الحضارية والتي تنصب لبلورة التوزيع في نمطه الحالي بالمدينة، والمتسم بالتقارب الشديد بين النقاط إذا قارنا متوسط التباعد الفعلي بالمساحة الإجمالية للمدينة.

وتعكس نسب توزيع الأسواق المركزية بين أجزاء المدينة مدى اتساع النطاق الخدمي للأسواق المركزية، مقابل الأسواق الشريطية التي انحصر ارتباطها بالطرق المحورية للمدينة، وذلك نظير تعدد الخدمات التي تقدمها، فكلما تعددت أنواع السلع التي تقدمها الأسواق كلما زاد تباعدها عن بعضها، وكلما قلت أنواع السلع المقدمة زاد تقاربها من بعضها البعض، الأمر الذي ينعكس على تشكيل نمط توزيعها، وكما يتأثر توزيعها فهي تتأثر بالحيز المكاني الذي تقع فيه، إذن هي عملية تفاعلية بين المكان والأسواق شكلت نمط توزيعها-محل البحث- وأحدثت تبايناً واضحاً في التوزيع، وهو الجانب الذي يمكن تناوله من خلال دراسة التحليل المكاني Spatial Analysis، والذي يعد أسلوباً مهماً لإبراز الاختلافات المكانية في توزيع

* حاصل جمع المسافات الفعلية بين الأسواق المركزية باستخدام GIS

الظاهرة الجغرافية، وتزداد أهميته لتحديد تشابهات Similarities الأماكن من حيث الظاهرة المبحوثة وتأسيس التعميمات Generalization (مصيلحي، ٢٠٠١م،ص٨٩) ولذلك اعتمدت الدراسة على التحليل المكاني على مستويين هما الأحياء والقطاعات.

٣-٢ التوزيع الجغرافي للأسواق على مستوى أحياء المدينة:

تتكون مدينة مكة المكرمة من ستين حياً تشكلت عبر مراحل النمو العمراني التي مرت بالمدينة، يقع ٧٥% منها داخل نطاق الطريق الدائري الثالث، وهي تضم جميع أحياء القلب التسعة عشر وأحياء المنطقة الانتقالية الواحدة والعشرين، والأحياء الهامشية الخمسة.

ونظراً لوقوع مركز مدينة مكة المكرمة -المسجد الحرام- في بطن وادي إبراهيم الخليل، فقد امتدت أحياء المدينة عبر الشعاب والأودية، متأثرة في أشكالها بالحواجز التضاريسية التي شكلت نقاط انقطاع الحركة الواضحة بين الجبال والأودية في المنطقة، مما أكسب الأحياء المحيطة بالمسجد الحرام طابعاً خاصاً في الخصائص المكانية، تختلف عن باقي الأحياء.

ولا شك أن طبيعة الظروف قديماً أثرت في تشكيل المساحات الإجمالية والعمرانية والتجمعات السكانية والخدمية، إذ لا يخفى أثر الطفرة الاقتصادية التي عاشتها المملكة على امتداد الطرق وتشعبها مع ظهور السيارة كوسيلة نقل في توسيع النطاق العمراني بصورة أسرع من السنوات السابقة، والذي أوجد الأحياء الحديثة في مساحات أوسع وأكثر تنظيماً من الأحياء القديمة.

إن تباين أشكال ومساحات الأحياء في مركز المدينة عن أطرافها قد جاء تبعاً لاختلاف النشأة وطريقة النمو، حيث أثرت الطبيعة التضاريسية المعقدة للمدينة على مستوى الطرق التي تربط بين أحيائها منذ مراحل النمو الأولى، والتي تفاوتت في درجات التعرج والطول والانحدار، ليظهر ذلك الفرق الواضح في المساحات بين الأحياء القديمة والحديثة، إذ تمتاز هذه الأحياء القديمة بصغر المساحة وبالتالي فهي أكثرها كثافة بالسكان، وذلك يعود لعدة أسباب منها طول الفترة الزمنية التي نمت فيها، مما دعا السكان للتركز فيها حرصاً على التمتع بسهولة الوصول بها، إضافة إلى التنافس القوي على ملكية الأراضي أو حجم الحيازة فيها (أبو صبحة، ٢٠٠٣م، ص٣٦٥) الأمر الذي يرتبط مباشرة بنمط توزيع الأسواق، لذلك فمن المناسب هنا تتبع مدى التباين في المساحات بين الأحياء، من خلال حساب تشتت المساحة الإجمالية للحي عن متوسط المساحة على مستوى الأحياء، من خلال تطبيق تحليل التباين في الجدول التالي:

جدول رقم (٣-١)

حساب التباين بين مساحات الأحياء

One-Sample Test

مساحة الحي	Test Value
Mean Difference	T
٢١٦٧.٧٨٨٣	٤.١٨٥

المصدر: بيانات المخطط الهيكلي١٤٢٨هـ،واعتمادا على برنامجspss

ومن خلال تحليل الجدول يتضح أن مربع الفرق لانحرافات المساحة عن المتوسط الحسابي*قد بلغ **٤.١٨٥**، وهي نتيجة تدل على وجود نسبة بسيطة للتشتت واتجاه كبير نحو التركز تبعاً لاختلاف القيم حول المتوسط الحسابي، وبالتالي بعدها عن التجانس في المساحات، نتيجة لبعدها عن التركز والتجمع حول المتوسط الحسابي، وهذا يُظهر أن تجانس المساحات يتناسب عكسياً مع قيمة تباينها، فكلما زادت القيمة اتجهت نحو التشتت، وكلما قلت قيمته اتجهت نحو التركز (خير، **١٤٢١**هـ، ص**٢٧٩**)

ولقد اختلف طابع الأحياء القديمة بخصائصها عن سمات الأحياء الحديثة، فالأحياء القديمة صغيرة في مساحاتها وهي أحياء المركز وما جاورها، والتي تتمتع بالكثافات السكانية المرتفعة والوفرة الخدمية، مع ما تعانيه من مشكلات صعوبة الوصول والعشوائية في التخطيط، وبالمقابل تتمتع الأحياء الحديثة في الهوامش وما جاورها بالتخطيط العمراني، وسهولة الانتقال وإن طالت المسافة الزمنية، مع تخلخل واضح في الكثافات السكانية، ونقص في الخدمات، هذا الاختلال بين منظومة الأحياء القديمة والحديثة؛ استدعى موجات التخطيط والتنظيم للمنطقة المركزية وبالتالي نمو سريع في الأطراف، مما نتج عنه تغييرات جذرية لتوزع استعمالات الأراضي، فبعد أن كانت الأسواق أحد استعمالات المنطقة المركزية بدأت في الانتقال والزحف إلى خارج نطاقها، واتخذت مواقعها التي تتوافق مع طبيعة ما تقدمه من خدمات ومرافق، وهي بذلك أقرب من الأحجام السكانية الأكبر والمستهلكة لها، والتي تضمن لها أعلى مستوى من الربحية.

وبطبيعة الحال فقد تأثر توزيع الأسواق بين تلك الوحدات المكانية، وظهر اختلاف نصيب كل منها، الأمر الذي يتطلب تتبع مواقعها على مستوى الأحياء من خلال الجدول التالي:

* المتوسط الحسابي للمساحة ٢٢٥٠٠هكتار مربع

جدول رقم (٣-٢)

توزيع الأسواق حسب رتب المساحة على مستوى الأحياء

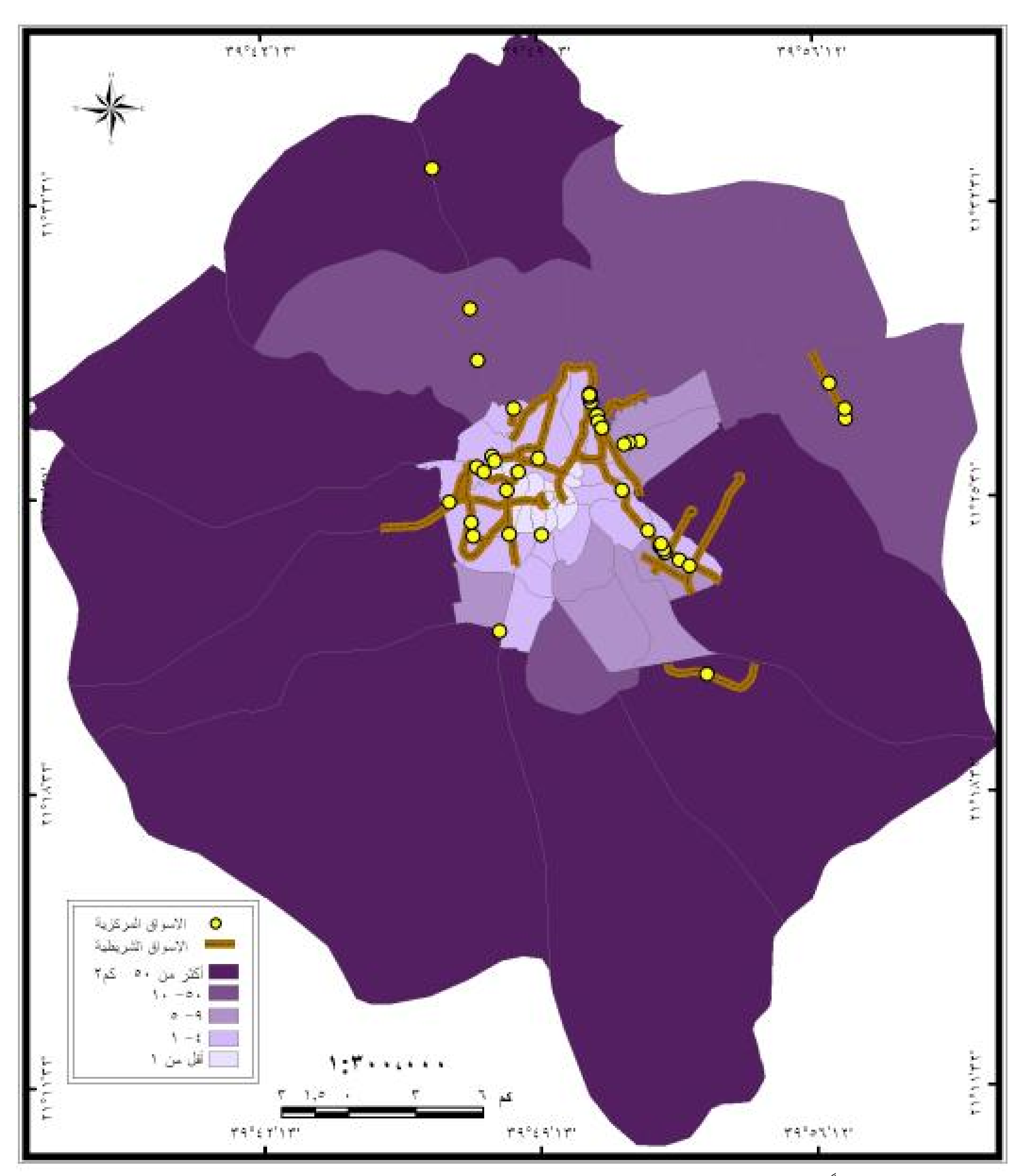
رتبة الحي	المساحة بالكم٢	أسماء الأحياء	الحجم السكاني نسمة	النسبة% للسكان	الأسواق المركزية		الأسواق الشريطية		مساحة الأسواق المركزية بالكم٢	طول الأسواق الشريطية بالكم	الترتيب طبقاً للحجم السكاني	الترتيب طبقاً لمساحة الأسواق المركزية	الترتيب طبقاً لأطوال الأسواق الشريطية
					العدد	النسبة%	العدد	النسبة%					
١	أكثر من ٥٠	ولي العهد/العكيشية/ المشاعر/ السلام/ العوالي/الحمراء وأم الجود/ الملك فهد/ النوارية/ العمرة	١٢٨١٤٤	٩	٢	٥	٢٦٢	٥	٠.٠٠٨٠٢	٤٤.٩١٧	٥	٤	٢
٢	٥٠-١٠	البحيرات/ العسيلة/ الخضراء/ الراشدية/ الشرائع/ التنعيم/ وادي جليل/ شرائع المجاهدين/ بطحاء قريش	٢٠٠٠٠٠	١٥	٦	١٥	٤٢٠	٨	٠.٠٠٢٣٩	١٦.٥٧	٤	٥	٣
٣	٩-٥	الهجرة/النسيم/جبل النور/ العدل/ الشوقية/الجامعة/كدي	٢٠٦٩١٣	١٥	١٠	٢٤	٥٢٣	١٠	٠.٠٨٤٣٩	١١.٠٣٩	٣	٢	٥
٤	١-٤	العزيزية/ الكعكية/ ريع ذاخر/ الأندلس/ الزاهر/ الرصيفة/ النزهة/ المرسلات/العتيبية/الروابي/الخالدية/التقوى/ الهنداوية/ الروضة/الشهداء/المعابدة/الخنساء/الزهراء/جرهم/المسفلة/ الحجون	٦٢٦٠٢٨	٤٦	١٨	٤٤	٢٨٦٧	٥٧	٠.٧٩	٦١,٦١٢	١	١	١
٥	أقل من ١	التيسير/أجياد/الضيافة/الطندباوي/جرول/الجميزة/الشبيكة/ المنصور/شعب عامر/ البيبان/الهجلة/ السليمانية/ القرارة والنقا/حارة الباب والشامية	٢١٣٦١٥	١٥	٥	١٢	٩٨٢	٢٠	٠.٠٢٨٣٧	١١.٨٥١	٢	٣	٤
المجموع			١٣٧٥٠٠٠	١٠٠%	٤١	١٠٠%	٥٠٥٤	١٠٠%	٠.٢٠٢١٧	١٤٥.٩٨٩			

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير مدينة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ، وبيانات العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول(٣-٢) نلاحظ أن أحياء الرتبة الرابعة هي أوفر الأحياء حظاً ونصيباً من الحيازة الحجمية للسكان، وتضم العزيزية والكعكية وريع ذاخر والأندلس والزاهر والرصيفة والنزهة والمرسلات والعتيبية والروابي والخالدية والتقوى والهنداوية والروضة والشهداء والمعابدة والخنساء والزهراء وجرهم والمسفلة والحجون، كما أنها تمتاز بأن نصيبها هو الأكثر -بين الأحياء- من الأسواق المركزية بالمدينة بواقع ٤٤%، وكذلك نصيبها من الأسواق الشريطية بنسبة ٥٧%، وبالتالي كانت من أكبر الأحياء في مساحة الأسواق المركزية وطول المحاور التجارية، مما يشير إلى قوة تأثير الأحجام السكاني في جذب محلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزية، ومن خلال تتبع توزع أطوال المحاور التجارية ومساحات الأسواق المركزية، نجد أن محلات الأسواق الشريطية أطول امتداداً في الأحياء الحديثة والمتطرفة، تبعاً لاتساع مساحة تلك الأحياء، وهذا يشير إلى قوة تأثير مساحة الحي على انتشار محلات الأسواق الشريطية، في حين أن الأسواق المركزية كانت أقل مساحة في أحياء الرتبة الأولى والثانية، مما يقضي بقوة تأثير مساحة الحي على انتشار محلات الأسواق الشريطية وضعف تأثيرها على انتشار الأسواق المركزية، التي تحرص على مجاورة الأسواق المنافسة لضمان قربها من أكبر قدر من المتسوقين، والذي لا يتم لها إلا في الأحياء الصغيرة نسبياً، أما محلات الأسواق الشريطية فقد امتازت بالامتداد لمسافات أطول نتيجة لطبيعة السلع التي تقدمها للسكان، والتي تصنف ضمن الحاجات الضرورية اليومية، والتي يقصر مدى الحاجة لها وتكرار رحلة التسوق لإشباعها، ويمكن عرض هذه الجوانب في الشكل التالي:

شكل(٣-٩)

توزيع الأسواق على الأحياء وفق رتب مساحتها



المصدر الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لمنطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ، والعمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل شكل(٣-٩) نلاحظ أن معظم أسواق المدينة قد تركزت في ٣٥% من الأحياء، وهي العزيزية والكعكية وريع ذاخر والأندلس والزاهر والرصيفة والنزهة والمرسلات والعتيبية والروابي والخالدية والهنداوية والتقوى والروضة والشهداء والمعابدة والخنساء والزهراء وجرهم والمسفلة والحجون، وهي من الأحياء صغيرة المساحة والمحيطة بالمنطقة المركزية القديمة، وقد حددت باللون البنفسجي الفاتح، الأمر الذي يؤكد على حرصها للتركز حيث الثقل السكاني، ويمكن القول بطردية العلاقة بينهما، فكلما ازداد الثقل السكاني زادت أعداد الأسواق بنوعيها، في حين كانت أحياء الرتبة الأولى أقل الرتب نصيباً من الأسواق المركزية والشريطية، وهي تشغل حوالي ١٥% فقط من أحياء المدينة، وتضم ولي العهد والعكيشية والمشاعر والسلامة والعوالي والحمراء وأم الجود والملك فهد والنوارية والعمرة؛ وهي تمتاز باتساع المساحة وتدني الحجم السكاني وبالتالي تخلخل الكثافة السكانية والخدمية نظير حداثة تخطيطها؛ ولذلك كانت أقل جذباً لمحلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزية؛ لذا يمكن القول بشكل عام توجد علاقة عكسية بين مساحة الحي وأعداد الأسواق، التي تزداد كلما قلت مساحة الحي، مما يشير بشكل أو بآخر إلى فقد العدالة في التوزيع بين أحياء تتركز فيها الأسواق وتشكل الفائض، وأخرى تقل فيها الأسواق وتعيش الحاجة والنقص، دون مراعاة لتساوي نصيب كل حي، وقد يكون من أسباب ذلك فقد المرجعية الإدارية في اختيار مواقع الأسواق، والتي غالباً لا تقوم على دراسات للجدوى الاقتصادية، بسبب تجاوزات المستثمرين، وعدم التقيد باشتراطات أمانة العاصمة المقدسة(ملحق٣)، الأمر الذي أوجد تفاوتاً كبيراً في التوزيع، ولاختبار مدى ذلك التفاوت اعتمدت الدراسة على حساب النصيب المتعادل للأسواق على أساس المساحة لقياس مدى العدالة في التوزيع.

- **النصيب المتعادل** Equivalent Part

لقد طُبق هذا المقياس لدراسة الموازنة مابين محلات الأسواق الشريطية ومساحة الحي، وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٣-٣)

النصيب المتعادل من الأسواق الشريطية للأحياء

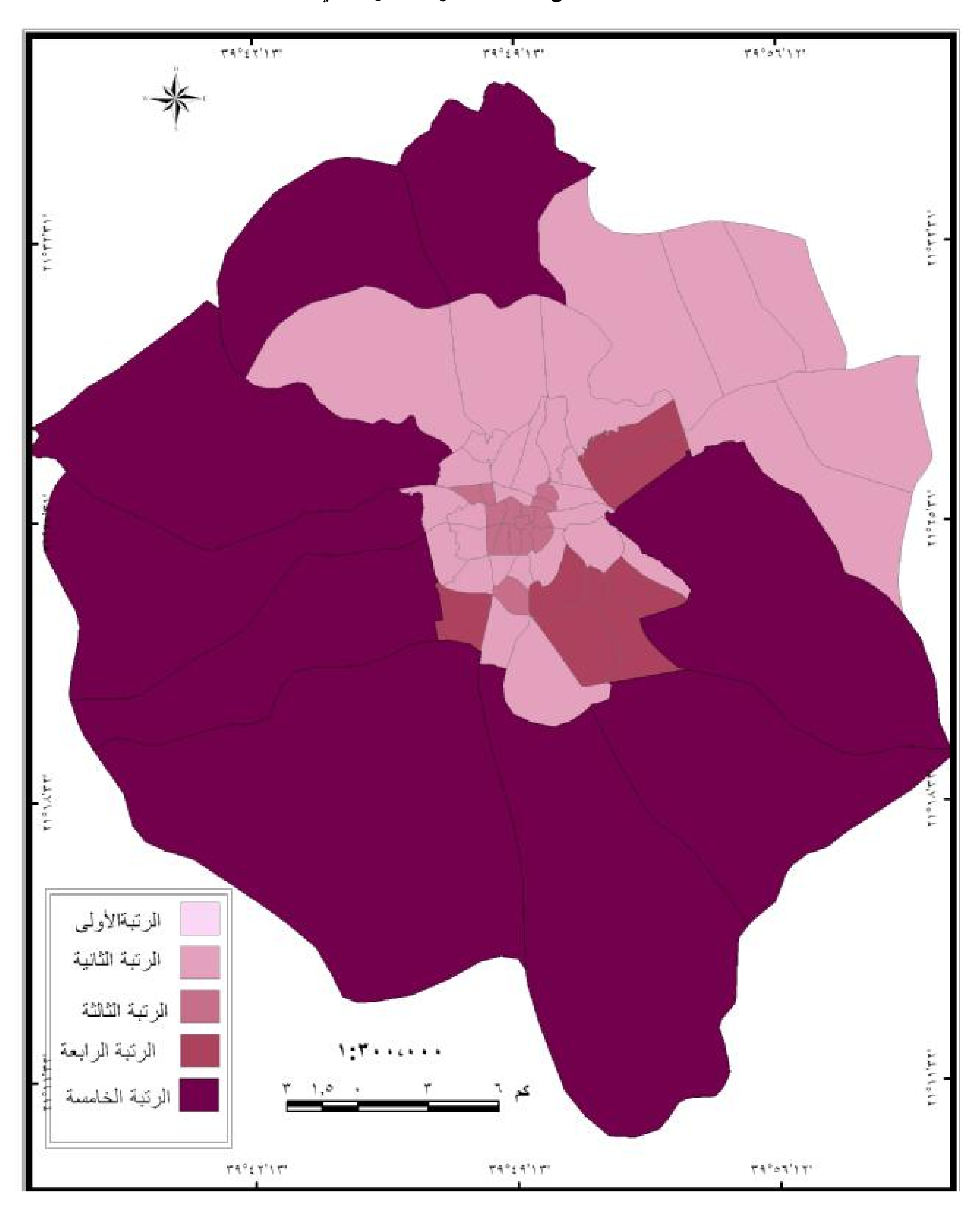
رتبة الحي	المساحة الإجمالية بالكم	مساحة أحياء الرتبة/إجمالي مساحة الأحياء	محلات الأسواق الشريطية/إجمالي الأسواق الشريطية	النصيب المتعادل من الأسواق
الأولى	أكثر من ٥٠	٧	٠.٠٥	١٤٢
الثانية	٥٠-١٠	١	٠.٠٨	٢٣
الثالثة	٩-٥	٣	٠.١٠	٣٤
الرابعة	٤-١	٤	٠.٥٦	٧
الخامسة	أقل من١	٦	٠.١٩	٣١

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة ١٤٢٤هـ والعمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول(٣-٣)نجد أن النصيب المتعادل من محلات الأسواق الشريطية لأحياء المدينـــة الستين بات ضرباً من المستحيل، إذ أن تزايد نصيب المساحة مقابل عدد محلات الأســـواق الشـــريطية الموجودة، والتي لا تتجاوز مساحتها بضعة أمتار، مما أوجد حاجة ملحة تباينت في درجاتها بين الأحياء تأثراً ببعدها عن المنطقة المركزية القديمة بالمدينة، فقد كانت أحياء الرتبة الرابعة هي الأعلى نصيباً مقارنة باقي الرتب، إذ كان ٧كم٢ يخدمها محل واحد من الأسواق الشريطية(وهذا ينافي قيمة النصيب المتعادل (١))، وذلك في ٣٥% من أحياء المدينة، وتشمل العزيزية والكعكية وريع ذاخر والأندلس والزاهـــر والرصيفة والنزهة والمرسلات والعتيبية والروابي والخالدية والتقوى والهنداويـــة والروضـــة والشـــهداء والمعابدة والخنساء والزهراء وجرهم والمسفلة والحجون، ونجد أن باقي الرتب قد تقاربت مع هذه الفئة ولكن على درجات، بيد أن فجوة العجز كانت أشد في أحياء الرتبة الأولى، حيث بلغ نصيب كل محل من الأسواق الشريطية فيها ١٤٢كم٢لكل محل من الأسواق الشريطية، وهذه الفئة بعيدة جـــداً عـــن القيمة (١)وقد بلغت نسبة أحيائها ١٥%، الأمر الذي نستنتج منه عدم عدالة التوزيع لمحلات الأسواق الشريطية، بل وبعدها كل البعد عن إيفائها لدورها الخدمي بين أحياء المدينة، وهو جانب مرتبط بطبيعة هذه الأسواق ومدى انجذابها نحو أحياء دون أخرى تشبع فيها أهدافها الاستثمارية، وهذه إشارة لعـــدم استيفاء الشوارع التجارية بتغطية كافة نطاق المدينة، خاصة المعمور منها، كما أن هـــذا النـــوع مـــن الأسواق قد ارتبط بالمباني السكنية غالباً وهذا حدٌّ آخر ضيق نطاق انتشارها، الأمر الذي يمكن تفسيره بوجود فوارق بينية بين تركز وتخلل شديدين، وكلا الحالين بعيدين عن النصيب المتعادل في التوزيـــع، ويمكن تتبع هذه الفئات من الشكل التالي:

شكل رقم (٣-١٠)

النصيب المتعادل من محلات الأسواق الشريطية في الأحياء



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لمنطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ، والعمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الشكل (٣-١٠) نلاحظ أن أطراف المدينة قد أظهرت ارتفاع نصيب محلات الأسواق الشريطية المتعادل من المساحة، والتي يبدو امتدادها بشكل شبه حلقي محيط بالكتلة الحضرية من الشرق نحو الجنوب ثم نحو الغرب وحتى الشمال، وذلك في الأحياء الهامشية من المدينة، وهي التي تنمو فيها المساحات العمرانية بشكل سريع، دون أن يزداد نصيبها من محلات الأسواق الشريطية، بينما يزداد الفقد لنصيبها المتعادل في الأحياء صغيرة من المساحة، الممثلة باللون الفاتح، والملاصقة لقلب المدينة والأحياء المحاذية له، وبالتحديد من جنوب شرق وشمال شرق وجنوب غرب المسجد الحرام، وهي الأكثر قربا من النصيب المتعادل إذا ما قارناها بباقي الرتب، بسبب صغر مساحتها وقصر أطوال أسواقها مقابل ارتفاع الحجم السكاني، مما شكل كثافة سكانية تعاني من تدني استيفاء الأسواق الحالية لحاجاتها، وبالتالي ترتب عليها العديد من المشكلات المكانية، وفي مقدمتها صعوبة الوصول والاتصال، وهذا يعطينا نتيجة واضحة لفقد مثالية التوزيع، ووجود علاقة عكسية حقيقية بين مساحة الحي وعدد محلات الأسواق الشريطية، الأمر الذي قد تخبو حدته في الأسواق المركزية الأكثر تنظيماً من هذه الأسواق، وللتحقق من ذلك تناول الجدول التالي النصيب المتعادل للأسواق المركزية:

جدول رقم (٣-٤)

النصيب المتعادل من الأسواق المركزية للأحياء

رتبة الحي	المساحة الإجمالية كم٢	مساحة أحياء الرتبة/إجمالي مساحة الأحياء	الأسواق المركزية/إجمالي الأسواق المركزية	النصيب المتعادل من الأسواق
الأولى	أكثر من ٥٠	٧	٠.٠٤	٣
الثانية	٥٠-١٠	١	٠.١٤	٤
الثالثة	٩-٥	٣	٠.٢٤	٠.٥
الرابعة	٤-١	٤	٠.٤٣	٢.٢
الخامسة	أقل من١	٦	٠.١٢	٥٠

المصدر:الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول(٣-٤) يمكن تصنيف أحياء المدينة إلى فئتين وفقاً للنصيب المتعادل:

*__الفئة الأولى__: الأحياء التي حازت على النصيب المتعادل إلى حد ما وقاربت القيمة (١): وهي أحياء الرتبة الثالثة والتي بلغ نصيبها ٠.٥كم٢لكل سوق مركزي في هذه الأحياء،وذلك في ١١%فقط من أحياء المدينة، وتشمل الهجرة والنسيم وجبل النور والعدل والشوقية والجامعة وكدي، والتي ضمت ١٥%من سكان المدينة، والتي بلغت أسواقها المركزية ١٦%فقط، وذلك في ٠.٠٤%من مساحة المدينة، ومع ذلك فهي لم تنال النصيب المتعادل بدرجة تامة.

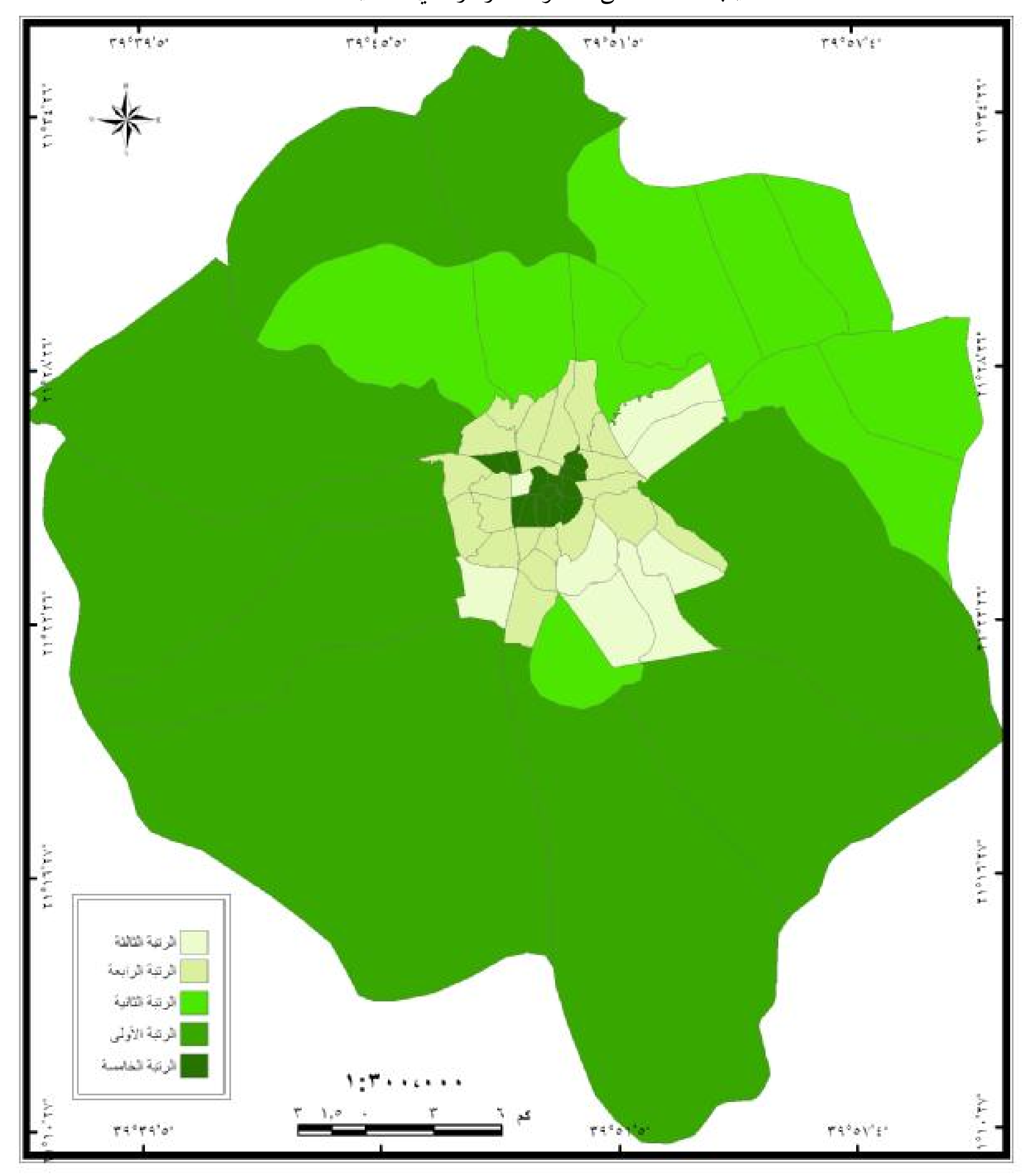
*__الفئة الثانية__: الأحياء التي حازت على أقل من نصيب المتعادل من الأسواق المركزية(١) وتشمل: الرتب الرابعة والثانية والأولى، وهي تضم ٨٩% من أحياء المدينة، و٨٤% من سكان المدينة يتوزعون

بها، قابلها فقط٢٤% من أسواق المدينة المركزية، وهذا بون شاسع بين النسبتين يدلل على فقط العدالة في التوزيع بين أحياء المدينة من الأسواق والمساحة التي تتوزع فيها، وتضم ولي العهد والعكيشية والمشاعر والسلامة والعوالي والحمراء وأم الجود والملك فهد والنوارية والعمرة والبحيرات والعسيلة والخضراء والراشدية والشرائع والتنعيم ووادي جليل وشرائع المجاهدين وبطحاء قريش والعزيزية والكعكية وريع ذاخر والأندلس والزاهر والرصيفة والنزهة والمرسلات والعتيبية والروابي والخالدية والتقوى والهنداوية والروضة والشهداء والمعابدة والخنساء والزهراء وجرهم والمسفلة والحجون والتيسير وأجياد والضيافة والطندباوي وجرول والجميزة والشبيكة والمنصور وشعب عامر والبيبان والهجلة والسليمانية والقرارة والنقا وحارة الباب والشامية. ويمكن تمثيل هذه الفئات من خلال الشكل (٣-١١):

ومن خلال تحليل الشكل (٣-١١) نجد أن الأحياء كبيرة المساحة قد امتدت في شمال وغرب وجنوب وشرق الكتلة الحضرية وعلى النطاق الهامشي منها، والذي يعاني من قلة الخدمات وتدني الكثافة النقلية وبالتالي نقص حاد في الأسواق مقارنة بالمساحة الإجمالية للأحياء، مما قلص من نصيب الأسواق فيها، إثر تدني الكثافة العددية وتفاوت البعد المسا في بين نقاط تركزها التي توزعت بها، فجميع أسواق هذا الرتبة تكتلت في حي العوالي وحي الحمراء وأم الجود والعكيشية والشوقية والعمرة والعزيزية والنوارية والمشاعر وولي العهد والسلامة، والتي لم تحوز إلا على ٥% لكل من الأسواق الشريطية والمركزية، الأمر الذي يوضح مدى النقص الذي تعاني منه هذه الأحياء مقابل مساحتها الواسعة، والتي واكبت قفزات النمو السريعة في العمران خاصة في الآونة الأخيرة، وذلك كردة فعل طبيعية لعمليات التركيز على إعادة تطوير وتخطيط أحياء القلب المركزي، دون وضع مخططات متكاملة الخدمات ومحددة لمواقع توزع الأسواق بصورة متزنة بين تلك المساحات الواسعة، وتركها لأهواء المستثمرين، وهي نظرة قاصرة حول الربح الأقصى دون مراعاة للمساكن المحرومة من القرب السوقي، الأمر الذي تمخض عنه تركز واضح للأسواق في الحلقة السكانية المحيطة بالقلب المركزي، ولذلك ارتفع نصيب الأحياء الصغيرة في مساحاتها من الأسواق المركزية، وهي أحياء الرتبة الثالثة والرابعة، وتمثل ٢٨% فقط من أحياء المدينة، وحازت على ٦٧% من محلات الأسواق الشريطية و٦٨% من الأسواق المركزية، وهي الممثلة بالدرجة الفاتحة وتعد الأكثر تناسباً في مساحاتها مع عدد الأسواق المركزية، وهذا يشير لفقد العدالة.

شكل رقم (٣-١١)

النصيب المتعادل من الأسواق المركزية في الأحياء



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لمنطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـــ، والعمل الميداني١٤٢٨هـــ

نخلص من هذا إلى أن توزع الأسواق بين الأحياء قد تفاوت بين فائض في النصيب المتعادل من الأسواق وأخرى قل نصيبها، إلا أنه حاز على العدالة في١٥% من أحياء المدينة، وبذلك فهي أكثر اتزاناً في التوزيع، ومع ذلك فهناك تطابق واضح بين أحياء شبه تناسب النصيب- الرتبة الثالثة والرابعة والخامسة- وأحياء تدني النصيب-الرتبة الأولى- مما ينم عن تركز شديد وتخلخل متهالك للطبقة السوقية على حيز المدينة المساحي، أي أن الانتشار المتساوي بات مفقوداً في نمط توزيع الأسواق، وهذا جانب آخر للتوزيع يتمحور حول مدى تقارب الأسواق أو تباعدها عن بعضها، وهو جانب يمكن قياسه من خلال حساب متوسط التباعد.

- **متوسط التباعد** Spacing Mean

وقد طبقت الدراسة هذا المؤشر وفقاً لمعادلة متوسط التباعد في الجدول التالي:

جدول رقم (٣-٥)

متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية على الأحياء

رقم	اسم الحي	المساحة الإجمالية بالكم٢	عدد الأسواق الشريطية	متوسط التباعد
١	ولي العهد	٢٠٠.١٠٦	٠	-
٢	العكيشية	١٤٨.٧٦٥	٠	-
٣	المشاعر	١١٩.٣٩٩	٠	-
٤	السلامة	١٠٩.٤٧٥	٠	-
٥	العوالي	٩٠.٦٧٦	٢٤٦	٦.٥
٦	الحمراء و أم الجود	٨١.٢٦٢	١٦	٢٤
٧	الملك فهد	٦٦.٤٩٤	٠	-
٨	النوارية	٥٧.٦٦٨	٠	-
٩	العمرة	٥٧.١٧٥	٠	-
١٠	البحيرات	٤٦.٨٨٥	٠	-
١١	العسيلة	٤٢.٤٠٤	٠	-
١٢	الخضراء	٣٤.٦٣٣	١١٤	٦
١٣	الراشدية	٣٠.٣١٤	١٧٧	٤.٤
١٤	الشرائع	٢٧.٤٥٤	٠	-
١٥	التنعيم	٢٣.٥٦٤	٠	-
١٦	وادي جليل	٢١.٦٥٩	١٢٩	٤.٤
١٧	التقوى	٢١.٢١٤	٠	-
١٨	شرائع المجاهدين	١٨.٢٣٩	٠	-

–	٠	١٣.٠٧٩	بطحاء قريش	١٩
–	٠	٩.٤٤٣	الهجرة	٢٠
–	٠	٨.١٩٨	النسيم	٢١
٣	٨٨	٧.٠٦٩	جبل النور	٢٢
٦.٧	١٧	٦.٨٦١	العدل	٢٣
–	٠	٥.٥٥١	الشوقية	٢٤
١	٤١٨	٥.٢٤٢	الجامعة	٢٥
–	٠	٥.٢١٦	كدي	٢٦
٢	٩٩	٤.٥٤١	العزيزية	٢٧
–	٠	٤.٣٥٩	الكعكية	٢٨
١.٧	١٤٠	٣.٧٤٦	ريع ذاخر	٢٩
١	٣٧٤	٣.٧٣٨	الأندلس	٣٠
٢	٨٦	٣.٢٨١	الزاهر	٣١
١	٢٧٢	٣.٢٥١	الرصيفة	٣٢
٢.٥	١٣٦	٣.٠٦١	النزهة	٣٣
١	٢٣٠	٣.٠١٦	المرسلات	٣٤
١	٣٠٨	٢.٨٥٨	العتيبية	٣٥
–	٠	٢.٧١٩	الروابي	٣٦
٢.٤	٥٢	٢.٦٢١	الخالدية	٣٧
١.٥	١٠٣	٢.١٣٦	الروضة	٣٨
٠.٨	٣٣٩	٢.١٣	الهنداوية	٣٩
٢.٥	٤٧	٢.٠٦١	الشهداء	٤٠
٢	٦١	١.٩٢٧	المعابدة	٤١
٠.٧	٣٥٩	١.٧١٦	الخنساء	٤٢
١	١٥٢	١.٥٣٢	الزهراء	٤٣
٢.٥	٢١	١.١٦٣	جرهم	٤٤
–	٠	١.١٣٠	المسفلة	٤٥
١	٨٨	١.٠٢٨	الحجون	٤٦
٢	٢٣	٠.٨٦٢	الضيافة	٤٧
–	٠	٠.٨٦٢	أجياد	٤٨
١	٤٧	٠.٨٥٦	الطندباوي	٤٩
١	٦٠	٠.٧٩٠	جرول	٥٠
١	٩١	٠.٧٠٢	الجميزة	٥١

٥٢	الشبيكة	٠.٦٩٢	٠	–
٥٣	المنصور	٠.٦٠٩	١٥٤	٠.٦
٥٤	شعب عامر	٠.٥٩٨	٣١	١.٤
٥٥	البيبان	٠.٥٧٠	٦٠	١
٥٦	الهجلة	٠.٥٤٢	٠	–
٥٧	السليمانية	٠.٥١٤	١١٤	٠.٧
٥٨	التيسير	٠.٤٦٨	١٤٥	٠.٨
٥٩	القرارة والنقا	٠.٣٤٣	٨١	٠.٦
٦٠	الشامية	٠.٣٤١	١٧٦	٠.٤

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل جدول(٣-٥) أظهرت قيم متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية اتجاهاً واضحاً نحو أجزاء من الكيلومترات وهي قيم قد لا تظهر التباين الواضح لتحليل الجدول؛ الأمر الذي يتطلب مناقشتها بتحويلها إلى أمتار، وهو ما صنف أحياء المدينة إلى فئات على النحو التالي:

***الفئة الأولى**: وتمثل الأحياء التي تدنى فيها متوسط التباعد (إلى أقل من ١٠٠م): وهي تضم ثمانية أحياء فقط، والتي بلغت نسبتها ١٣% من أحياء المدينة، وتشمل الهنداوية والخنساء والجميزة والمنصور والسليمانية والتيسير والقرارة والنقا والشامية، والتي استحوذت على ٢٠% من محلات الأسواق الشريطية بالمدينة، وجميع هذه الأحياء من المنطقة المركزية القديمة، التي تشهد تحول جذري في غطائها العمراني، فبعد أن كانت جاذبة لهذه المحلات أصبحت طاردة نتيجة لاستحواذ الوظيفة السكنية على المناطق المركزية والخادمة لوظيفتها الدينية، ومبرر هذا التقلص في متوسطات التباعد وتزايد نسبة التركز هو ضيق مساحة الأحياء مع تضخم أعداد المحلات التجارية، وبالتالي ارتفاع واضح في التركز السوقي لها.

***الفئة الثانية**: وتمثل الأحياء التي تراوح فيها متوسط التباعد (١٠٠متر فأكثر): والتي تضم ٢٨ حي، تبلغ نسبتها ٤٦% من الأحياء، وهي حياً وتشمل: العوالي والحمراء وام الجود والخضراء والراشدية والجامعة وريع ذاخر والأندلس والزاهر والرصيفة والنزهة والمرسلات والخالدية والعتيبية والروضة وجبل النور والمعابدة والحجون والزهراء والطندباوي والضيافة وجرول والعزيزية وشعب عامر والبيبان ووادي جليل، والعدل والشهداء وجرهم وهي تضم أحياء من المنطقة الانتقالية والمركزية القديمة، والتي تعد الأغنى بعدد محلات الأسواق الشريطية، حيث استحوذت على ٧٢%من محلاتها.

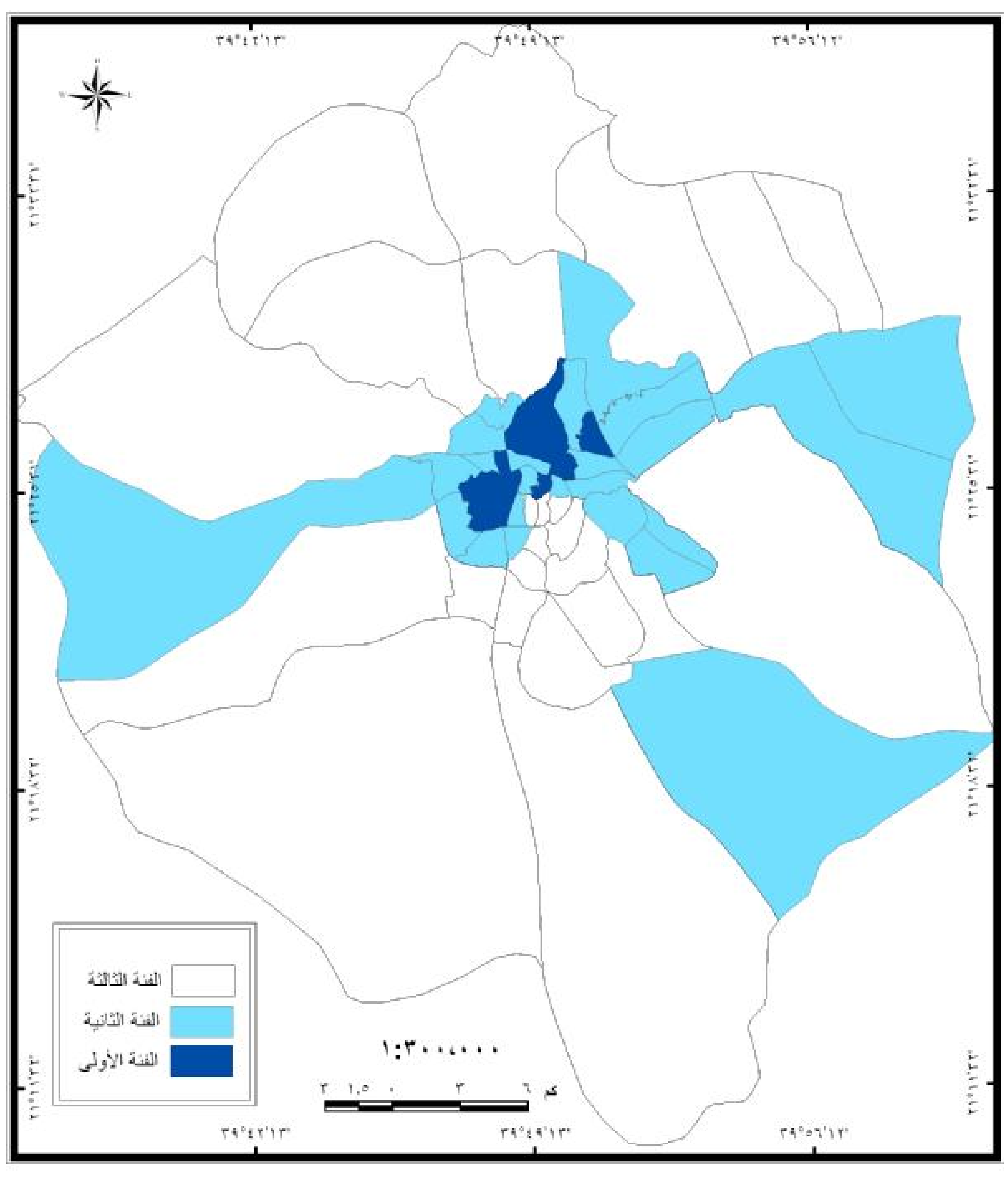
***الفئة الثالثة**:الأحياء الخالية من محلات الأسواق الشريطية، والتي بلغت عددها ٢٤ حي، بلغت نسبتها حوالي ٤٠ %، وتضم ولي العهد والعكيشية والمشاعر والملك فهد والسلامة والنوارية والعمرة والبحيرات والعسيلة والشرائع والتنعيم والتقوى وشرائع المجاهدين وبطحاء قريش والهجرة والنسيم

والشوقية وكدي والكعكية والروابي والمسفلة وأجياد والشبيكة والهجلة، والتي استحوذت على ٨% من محلات الأسواق الشريطية، وهذا يعني وجود عوامل قوية قلصت من امتداد الشوارع التجارية في هذه الأحياء، الأمر الذي يمكن استنتاجه من الشكل(٣-١٢):

من خلال تحليل الشكل (٣-١٢)نلاحظ الفقد الكبير في الأحياء من خلال المساحات البيضـــاء في شمال وجنوب وشرق كتلة المدينة، في حين يظهر التركز الشديد لمحلات الأسواق الشريطية في أحيـــاء القلب في شمال وغرب المسجد الحرام، وذلك على هيئة بقع إثر ضيق مساحاتها، وهي قيمة كبيرة تدل على ضيق انتشار محلات الأسواق الشريطية، والتي تتوزع في المناطق القديمة بشـــكل واضـــح، إذ أن ظهورها مرتبط بالطرق والمباني متعددة الطوابق في الغالب، الأمر الذي يشير على ميلها نحو التركـــز في نطاق محدود من المدينة وللخوض في تفاصيل ذلك أوردت الدراسة الجدول(٣-٦):

شكل رقم (٣- ١٢)

متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية في الأحياء



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لمنطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

جدول رقم (٣-٦)

متوسط التباعد بين الأسواق المركزية على الأحياء

الرقم	اسم الحي	المساحة الإجمالية بالكم٢	عدد الأسواق المركزية	متوسط التباعد
١	ولي العهد	٢٠٠.١٠٦	-	-
٢	العكيشية	١٤٨.٧٦٥	-	-
٣	المشاعر	١١٩.٣٩٩	-	-
٤	السلامة	١٠٩.٤٧٥	-	-
٥	العوالي	٩٠.٦٧٦	١	١٠
٦	الحمراء و أم الجود	٨١.٢٦٢	-	-
٧	الملك فهد	٦٦.٤٩٤	-	-
٨	النوارية	٥٧.٦٦٨	-	-
٩	العمرة	٥٧.١٧٥	١	٨
١٠	البحيرات	٤٦.٨٨٥	٢	٥
١١	العسيلة	٤٢.٤٠٤	-	-
١٢	الخضراء	٣٤.٦٣٣	١	٣
١٣	الراشدية	٣٠.٣١٤	٢	٤
١٤	الشرائع	٢٧.٤٥٤	-	-
١٥	التنعيم	٢٣.٥٦٤	-	-
١٦	وادي جليل	٢١.٦٥٩	١	٥
١٧	التقوى	٢١.٢١٤	-	-
١٨	شرائع المجاهدين	١٨.٢٣٩	-	-
١٩	بطحاء قريش	١٣.٠٧٩	-	-
٢٠	الهجرة	٩.٤٤٣	-	-
٢١	النسيم	٨.١٩٨	-	-
٢٢	جبل النور	٧.٠٦٩	٢	٢
٢٣	العدل	٦.٨٦١	١	٢.٨
٢٤	الشوقية	٥.٥٥١	-	-
٢٥	الجامعة	٥.٢٤٢	٦	١
٢٦	كدي	٥.٢١٦	-	-
٢٧	العزيزية	٤.٥٤١	١	٢
٢٨	الكعكية	٤.٣٥٩	-	-
٢٩	ريع ذاخر	٣.٧٤٦	٤	١
٣٠	الأندلس	٣.٧٣٨	١	٢
٣١	الزاهر	٣.٢٨١	-	-
٣٢	الرصيفة	٣.٢٥١	٢	٢
٣٣	النزهة	٣.٠٦١	١	٢
٣٤	المرسلات	٣.٠١٦	١	٢
٣٥	العتيبية	٢.٨٥٨	-	-
٣٦	الروابي	٢.٧١٩	-	-
٣٧	الخالدية	٢.٦٢١	١	١

٣٨	الروضة	٢.١٣٦	١	١
٣٩	الهنداوية	٢.١٣	–	–
٤٠	الشهداء	٢.٠٦١	١	١
٤١	المعابدة	١.٩٢٧	١	١
٤٢	الخنساء	١.٧١٦	٢	١
٤٣	الزهراء	١.٥٣٢	١	١
٤٤	جرهم	١.١٦٣	–	–
٤٥	المسفلة	١.١٣٠	١	١
٤٦	الحجون	١.٠٢٨	١	١
٤٧	الضيافة	٠.٨٦٢	٥	٠.٤
٤٨	أجياد	٠.٨٦٢	–	–
٤٩	الطندباوي	٠.٨٥٦	–	–
٥٠	جرول	٠.٧٩٠	–	–
٥١	الجميزة	٠.٧٠٢	–	–
٥٢	الشبيكة	٠.٦٩٢	–	–
٥٣	المنصور	٠.٦٠٩	–	–
٥٤	شعب عامر	٠.٥٩٨	–	–
٥٥	البيبان	٠.٥٧٠	–	–
٥٦	الهجلة	٠.٥٤٢	–	–
٥٧	السليمانية	٠.٥١٤	–	–
٥٨	التيسير	٠.٤٦٨	–	–
٥٩	القرارة والنقا	٠.٣٤٣	–	–
٦٠	الشامية	٠.٣٤١	–	–

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول يمكن تقسيم أحياء المدينة إلى فئات في ضوء متوسط التباعد بين الأسواق المركزية على النحو التالي:

***الفئة الأولى**: الأحياء التي تراوح متوسط التباعد بين أسواقها (أقل من٢ كم) ونسبتها ١٩% من أحياء المدينة، وقد حازت على ٥٩% من أسواق المدينة المركزية، وتضم الجامعة وريع ذاخر والخالدية والروضة والشهداء والمعابدة والخنساء والزهراء والمسفلة والحجون والضيافة، وهي الأحياء الصغيرة في مساحتها وتقع ضمن المنطقة الانتقالية، وهي الموطن الأول لأسواق المدينة المركزية، والتي حرصت على التركز فيها بغية قربها من سكانها وتحقيق أهدافها الاقتصادية. وهذا يشير إلى اتجاه الأسواق المركزية للتركز في الأحياء كلما صغرت مساحتها، إذ ساهمت أحياء المدينة الصغيرة في تقليص فرص الانتشار وانحصارها ضمن نطاقات محدودة، وبالتالي تدني متوسط التباعد بينها، ولذلك حازت الأحياء الكبيرة على متوسطات للتباعد أكبر.

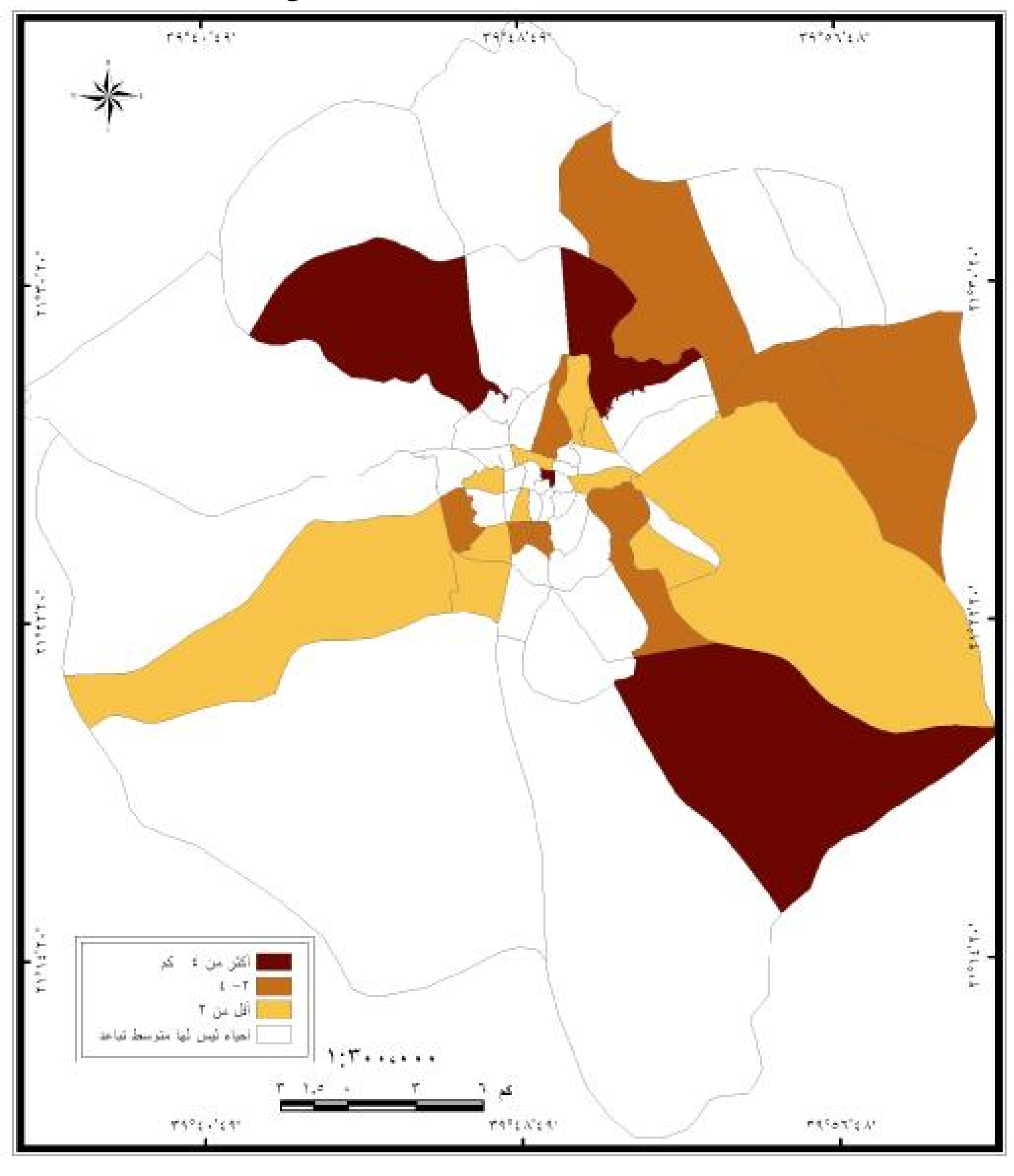
***الفئة الثانية**: الأحياء التي تراوح متوسط التباعد بين أسواقها(٤-٢كم):ونسبتها ١٥% من أحياء المدينة، وحازت ٢٩% من أسواق المدينة المركزية، وتضم الخضراء والراشدية وجبل النور والعدل والعزيزية والأندلس والرصيفة والنزهة والمرسلات، وهي خليط للأحياء الكبيرة والمتوسطة المساحة.

***الفئة الثالثة**: الأحياء التي بلغ فيها متوسط التباعد بين أسواقها المركزية (أكثر من ٤كم): ونسبتها ٦% فقط، وتضم الأحياء التي تدنى فيها عدد الأسواق المركزية عند أدنى نصيب ١٢% فقط من أسواق المدينة المركزية، وهي العوالي والعمرة والبحيرات ووادي جليل، وجميعها من الأحياء الهامشية بالمدينة، والتي تعد من أحدث أسواق المدينة المركزية والتي خطت أسواقها بعيداً عن المركز، وحرصت على التمركز في الأحياء الأنسب لها بيئياً.

* **الفئة الرابعة**: أحياء لا يوجد بها متوسط تباعد لعدم وجود أسواق مركزية بها، ونسبتها ٦٠% من أحياء المدينة، أي أن أكثر من نصف أحياء المدينة خلت من الأسواق المركزية، ولم تحوز عليها إما لوقوعها في القلب المركزي المتخصص بالاستخدامات السكنية بالدرجة الأولى، أو لحداثتها وبعدها عن كتلة العمران القديمة، وهي ولي العهد والعكيشية والمشاعر والسلامة والعوالي والحمراء وأم الجود والملك فهد والنوارية والعمرة والبحيرات والعسيلة والخضراء والراشدية والشرائع والتنعيم ووادي جليل والتقوى وشرائع المجاهدين وبطحاء قريش والهجرة والنسيم وجبل النور والعدل والشوقية والجامعة وكدي والعزيزية والكعكية وريع ذاخر والأندلس والزاهر والرصيفة والنزهة والمرسلات والعتيبية والروابي والخالدية والروضة والهنداوية والشهداء والمعابدة والخنساء والزهراء وجرهم والمسفلة والحجون والضيافة وأجياد والطندباوي وجرول والجميزة والشبيكة والمنصور وشعب عامر والبيبان والهجلة والسليمانية والتيسير والقرارة والنقا والشامية، وهذا الجهات يمكن تتبعها من خلال الشكل التالي:

شكل(٣-١٣)

متوسط التباعد بين الأسواق المركزية على الأحياء



من خلال تحليل شكل(٣-١٣) نجد أن مناطق التقارب بين الأسواق المركزية هي في جنوب شرق وجنوب غرب المسجد الحرام، وهي نقاط التركز والفائض من الأسواق، والتي تشتد فيها المنافسة بينها، بينما كانت مناطق التباعد أكثر امتداداً من المناطق الانتقالية إلى الهامشية في الجهات الشمالية الشرقية والشمالية الغربية من المسجد الحرام، وهي مناطق الفجوات والنقص خاصة في الأحياء المتسعة في مساحتها، في حين خلت باقي الجهات من الأسواق المركزية، وخاصة الجهة الشمالية والجنوبية والغربية للقلب المركزي من المدينة، وقد ظهرت هذه الاتجاهات نتيجة تتبع النمو العمراني الأول لها، وهي أحياء متباينة في مساحاتها، الأمر الذي يشير إلى ضعف تأثير مساحة الحي في توزيع الأسواق المركزية بين التقارب والتباعد، إذ لم يظهر ارتباط لتقارب الأسواق بالأحياء الصغيرة أو تباعد بينها في الأحياء الكبيرة.

نخلص من هذا أن إلى أن نسبة التركز تقل كلما ازداد متوسط التباعد بين نقاط توزع الأسواق، وهو النمط السائد في الأحياء ٨١%، وهي الأحياء التي تباعدت فيها الأسواق المركزية وقل التركز بها، لذلك فمن الأجدى دراسة نسبة ذلك التركز، والتي طبقتها الدراسة على مساحة معيارية من المساحة المعمورة من المدينة، من خلال مساحة افتراضية تكون أكثر تناسباً مع المساحة المعمورة.

- **درجة التركز في المساحة المعيارية** Standard Aria

عمدت الدراسة على أن تكون المساحة المعيارية ١٠٠، حيث تمثل ١.٣٥% من المساحة المعمورة بالمدينة، لمعرفة نسبة تركز الأسواق في كل ١كم٢ من مساحة المدينة، كما تتطلب تحديد متوسط المساحة على مستوى الأحياء لتطبيقها، والذي بلغ س=٢.٢ وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول(٣-٧)

كفاية الأحياء من محلات الأسواق الشريطية في مساحة معيارية ١٠٠كم٢

رتبة الحي	المساحة المعمورة بكم٢	عدد محلات الأسواق الشريطية م	س×م	نسبة التركز في المساحة١٠٠كم٢ $\frac{س \times م}{١٠٠}$
الأولى	أكثر من ٥	٥٣٧	١٢٢٤	١٢
الثانية	٥-٣	٥٢٢	١١٩٠	١١
الثالثة	٢-١	٢٢١٢	٥٠٤٣	٥٠
الرابعة	أقل من١	١٧٨٣	٤٠٦٥	٤٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة عليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ والعمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول يمكن تقسيم رتب الأحياء إلى فئات بحسب نسبة تركز الأسواق المركزية في المساحة ١٠٠كم٢ على النحو التالي:

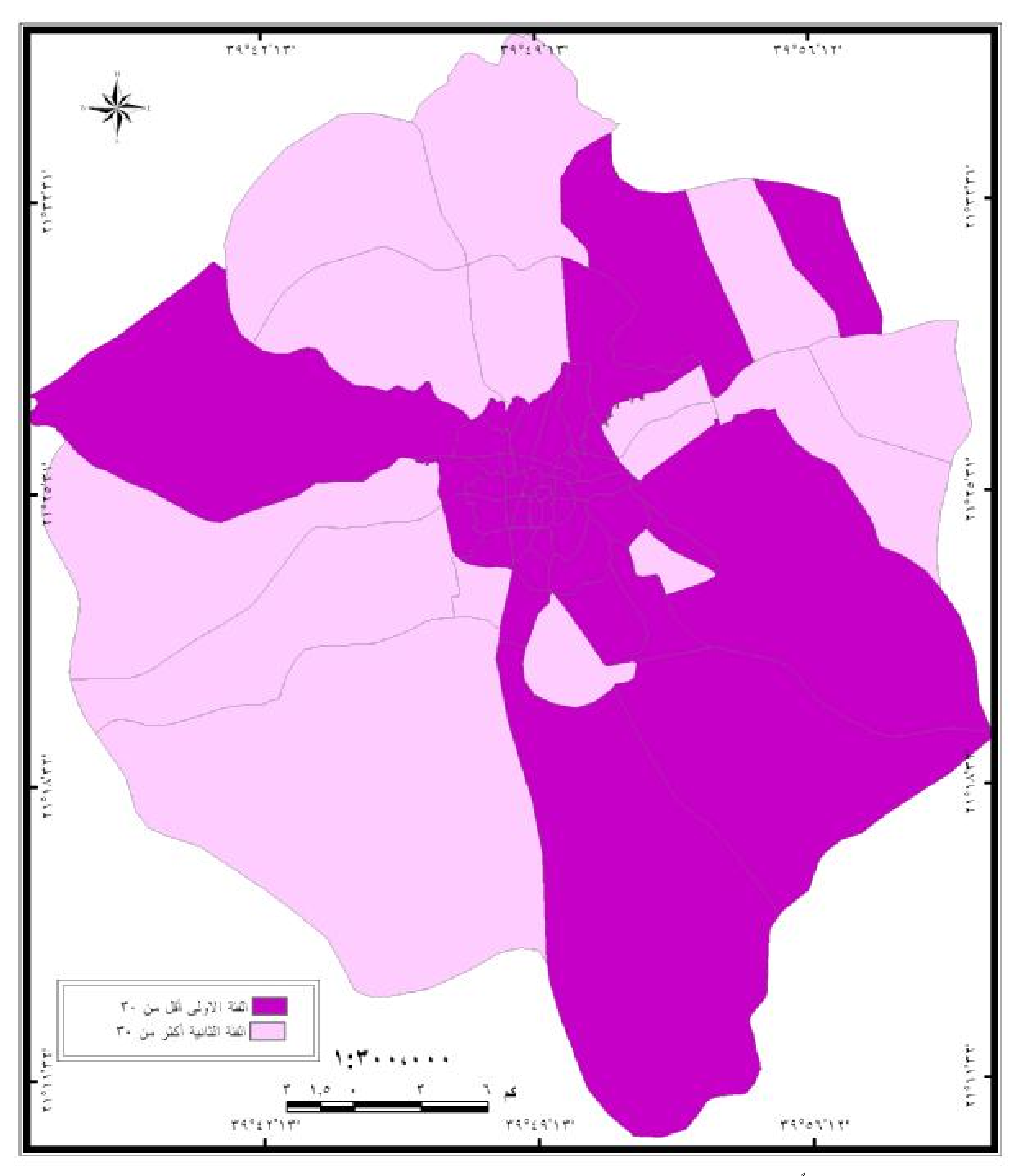
***الفئة الأولى**: رتب الأحياء التي بلغت نسبة كفايتها(أكثر من ٣٠ في المساحة المعيارية١٠٠كم٢): وتمثل نسبتها ٧٦% من أحياء المدينة، وهي أحياء الرتبة الثالثة والرابعة، وتضم الأحياء الصغيرة في

مساحتها المعمورة، وعلى رأسها المشاعر والهجلة والشامية والسليمانية والروابي والقرارة والنقا وشعب عامر والجيزة وأجياد والبيبان والمنصور والشبيكة وجرهم وجرول والضيافة والتيسير والروضة والمسفلة والطندباوي وكدي والمرسلات والخنساء والحجون ، ونسبتها ٥٠كم(نطاق خدمي) لكل ١٠٠كم٢ من أحياء هذه الرتبة، أما أحياء الرتبة الثالثة فهي الشهداء والأندلس والعتيبية والنسيم والتقوى والعكيشية والمعابدة ووادي جليل والعسيلة والزهراء والهنداوية والهجرة والزاهر والعزيزية والسلامة والكعكية والعدل وريع ذاخر والنزهة والخالدية وشرائع المجاهدين والرصيفة بنسبة٤٠كم لكل ١٠٠كم٢ في هذه الرتبة، وهاتان درجتان عاليتان في التركز، وذلك نتيجة لارتباط هذه المحلات بالمباني السكنية متعددة الطوابق، وهو النمط العمراني السائد على امتداد الشوارع التجارية وفي المنطقة القديمة على وجه الخصوص.

***الفئة الثانية**: وهي الرتب التي بلغت نسبة الكفاية فيها(أقل من ٣٠في المساحة المعيارية١٠٠): وتمثل ٢٤% فقط من أحياء المدينة، وتضم الرتبة الأولى والثانية، وتمتاز هذه الأحياء باتساع مساحة المعمور فيها، وهي جبل النور والشرائع والحمراء وأم الجود والتنعيم والملك فهد والنوارية والجامعة وبطحاء قريش، والتي بلغت نسبتها ١١كم لكل ١٠٠كم٢، أما أحياء الرتبة الأولى فهي الخضراء والشوقية والبحيرات وولي العهد والعوالي والعمرة والراشدية، بنسبة ١٢كم لكل ١٠٠كم٢، وهي أحياء تمتاز بأنها أحدث نسبياً من أحياء الرتبة الثانية، إلا أن كلا الفئتين تمتاز بانتشار النمو العمراني الحديث، والذي يشغل مساحات أكبر على نظام المنزل المستقل دون تعدد في الطوابق ، والممتدة لمساحات أوسع من المباني السكنية، الجانب الذي قلص من تركز محلات الأسواق الشريطية والتابعة للشوارع التجارية، حتى قلت في المناطق الهامشية وانعدمت في غالبيتها، مما يقضي بقوة تأثير الطور العمراني القديم في تركز الأسواق الشريطية، مما ينبئ بطابع مكاني خاص يمكن ملاحظته من خلال الشكل التالي:

شكل(٣-١٤)

كفاية الأحياء من محلات الأسواق الشريطية في مساحة معيارية١٠٠كم٢



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، والعمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الشكل(٣-١٤) نجد أن اتجاه التركز المعياري قد اتخذ نمطاً أكثر تناسباً مع التوزيع الفعلي للأسواق الشريطية، والذي ظهر تركزه في قلب المدينة، نحو الجنوب الشرقي والشمال الغربي والشمال الشرقي من المسجد الحرام، والذي ضم جميع أحياء القلب وأجزاء من الانتقال والهامش، ويعد أعظم الاتجاهات امتداداً، وهي الأكثر قرباً من المشاعر المقدسة، الأمر الذي يشير إلى تأثير الاستخدامات الدينية في جذب الأسواق الشريطية، كما نجد أن اتجاهات التركز تساير اتجاهات النمو العمراني الأسرع، فعل الرغم من قلة الأسواق الشريطية في حي العكيشية إلا أن التركز بدا واضحاً، مما ينم عن تناسب الأسواق مع المساحة المعمورة التي تقل في هذا الحي، وهذا يثبت لنا تأثير النمو العمراني على الأسواق الشريطية، نظراً لارتباطهما ببعض في بوتقة النمط العمراني التقليدي (المباني متعددة الطوابق) لذلك يظهر التركز في المنطقة القديمة من الكتلة العمرانية، مما يعني وجود علاقة طردية بين حداثة الحي والتركز السوقي لمحلات الأسواق الشريطية، وبمعنى آخر تقل محلات الأسواق الشريطية كلما قل نضج الحي وارتفعت فتوته، في الحجم السكاني والعمران على حد سواء؛ وذلك نظراً لطبيعته التقليدية بين أسواق المدينة، الأمر الذي قد تختلف طبيعة تركزه في الأسواق الأكثر حداثة منها، وهو جانب يمكن دراسته من خلال الجدول التالي:

جدول(٣-٨)

كفاية الأحياء من الأسواق المركزية في مساحة معيارية ١٠٠كم٢

رتبة الحي	المساحة المعمورة بكم٢	عدد الأسواق المركزية م	س×م	س × م / ١٠٠
الأولى	أكثر من ٥	٨	١٨	٠.١٨
الثانية	٥-٣	١٧	٣٨	٠.٣٨
الثالثة	٢-١	٥	١١	٠.١١
الرابعة	أقل من ١	١١	٢٤	٠.٢٤

المصدر: الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ، العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول يمكن وضع رتب الأحياء في فئات بحسب كفايتها من الأسواق على النحو التالي:

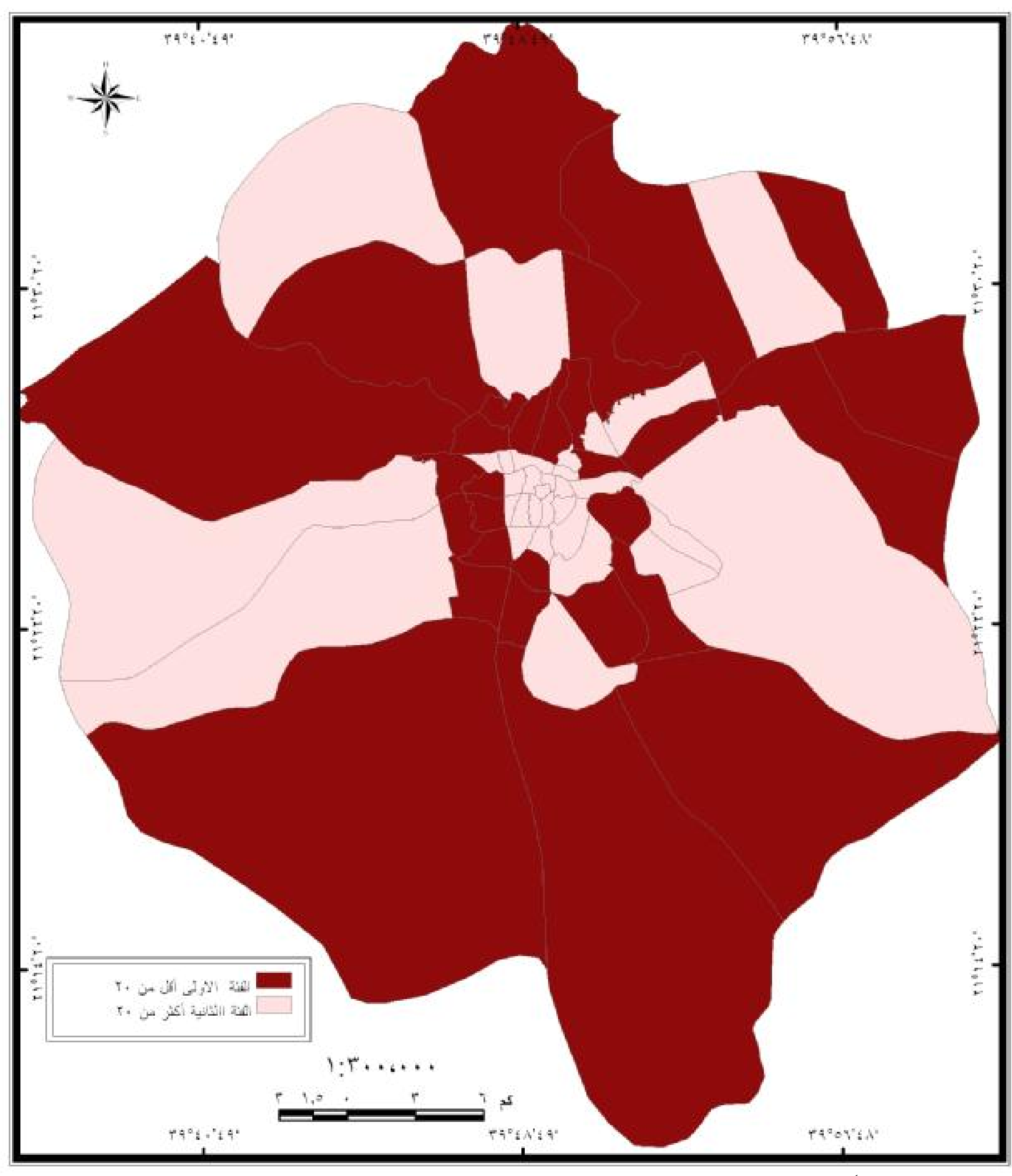
*الفئة الأولى: رتب الأحياء التي بلغت نسبة (أكثر من ٠.٢٤ من المساحة المعيارية١٠٠) وهي تضم الفئة الثانية والرابعة، والتي تمثل أحياؤها ٥١% من أحياء المدينة، ونجد أن الرتبة الثانية هي الأعلى في نسبتها، وتمتاز بالحداثة النسبية، وتشهد أكبر تركز سوقي بين الأحياء، حيث استحوذت وحدها على ثلث الأسواق المركزية بالمدينة، وتضم بطحاء قريش والجامعة والنوارية والملك فهد والتنعيم والحمراء وأم الجود والشرائع وجبل النور، بينما حازت أحياء الرتبة الرابعة والممثلة للأحياء الأقدم من المدينة والأقل في مساحتها المعمورة على ٢٤هكتار، وهي الحجون والخنساء والمرسلات وكدي والطندباوي

والمسفلة والروضة والتيسير والضيافة وجرول وجرهم والشبيكة والمنصور والبيبان وأجياد والجميزة وشعب عامر والقرارة والنقا والروابي والسليمانية والشامية والهجلة والمشاعر، وهي الموطن الأول للأسواق المركزية في بدايات ظهورها، ويبدو أنها بدأت في الاختفاء والتناقص التدريجي منتقلة إلى مناطق أكثر اتساعاً، تجد فيها ضالتها، بحثاً على مناطق أنسب لمتطلباتها وخدماتها، وهذا يضعف تأثير المساحات العمرانية القديمة، ويعكس انجذابها القوي نحو المساحات العمرانية الحديثة، والتي تمنحها ما تصبو إليه من مساحات واسعة تساعدها على توفير مختلف الخدمات التابعة لها مثل مواقف السيارات والمستودعات ومحطات التشغيل...

***الفئة الثانية**:رتب الأحياء التي بلغت فيها نسبة الكفاية من الأسواق المركزية (أقل من ٠.٢٠ في المساحة المعيارية١٠٠) وهي تضم أحياء الرتبة الأولى والثالثة، والتي بلغت نسبتها ٣٨% من أحياء المدينة، وتضم الراشدية والعمرة والعوالي وولي العهد والبحيرات والشوقية والخضراء والرصيفة وشرائع المجاهدين والخالدية والنزهة وريع ذاخر والعدل والكعكية والسلامة والعزيزية والزاهر والهجرة والهنداوية والزهراء والعسيلة ووادي جليل والمعابدة والعكيشية والتقوى والنسيم والعتيبية والأندلس والشهداء، وهو خليط من المنطقة الانتقالية والهامشية، إذ تعد البؤر المكانية التي تركزت بها الأسواق المركزية، ومع ذلك فلم تحقق الكفاية المطلوبة مع المساحة العمرانية والمخدومة منها، مما يشير إلى ارتفاع مدى الكفاية من الأسواق المركزية في أحياء المنطقة الانتقالية أكثر من باقي أحياء المدينة، حيث قلت في الهامشية وانعدمت في المركزية، وهي جوانب يمكن تتبعها من خلال الشكل التالي:

شكل(٣-١٥)

كفاية الأحياء من الأسواق المركزية في مساحة معيارية١٠٠كم٢



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، والعمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الشكل(٣-١٥) نجد أن الأسواق المركزية قد انتشرت على مساحات أوسع من الأسواق الشريطية، حيث تم حساب مواقعها على المساحة المعمورة من الأحياء والتي غالباً ما تتقلص في الأحياء الحديثة وتتمدد في الأحياء القديمة، الأمر الذي أظهر تقارب الأسواق المركزية في الأحياء الحديثة نظراً لصغر مساحة المعمور منها، وتساوت في ذلك مع الأحياء التي تركزت بها الأسواق المركزية، الأمر الذي يشير إلى أن الأسواق المركزية كانت أكثر انتشاراً وأقدر على اختيار مواقعهـــا داخـــل الكتلـــة العمرانية، من محلات الأسواق الشريطية، غير أن اختيارها لمواقعها الحالية أفقدها الكثير من تلك المزايا وحصرها في نطاق تكثر به المشكلات المكانية، في حين شذ عن ذلك حي المشاعر نتيجة لخلـــوه مـــن المساحات المعمورة والتواجد السوقي لذلك ظهر بهذه الدرجة اللونية، والتي لا تعني زيادة التركز البتـــة وإنما تناسب درجة التركز بين المعمور والموجود من الأسواق. وعموماً فقد أشار هذا المقياس إلى ضعف تأثير مساحة الحي وقوة النمو العمراني على نمو الأسواق المركزية بالمدينة على مستوى الأحيـــاء، إلا أن الحصول على صورة أكثر عمومية يظهر إذا ما حاولنا تحليل التوزيع الجغرافية للأسواق على مســـتوى قطاعات المدينة.

إن التباين والاختلاف بين نقاط الظاهرة الجغرافية من خلال التحليل المكاني على امتـــداد إداري أوسع، سيظهر صورة أكثر بعداً عن التفاصيل، ولقد اعتمدت الباحثة على التصنيف الذي حددته أمانة العاصمة المقدسة في عام ١٤٢٣هـــ، وهو تقسيم المدينة إلى قطاعات بلدية اعتماداً على تقسيم الأحياء كنواة للتقسيم.

٣-٣التوزيع الجغرافي للأسواق على مستوى قطاعات المدينة:

حرصت أمانة العاصمة المقدسة على وضع التقسيم الإداري للقطاعات لتتوافق مع حدود الأحياء، بحيث يشمل كل قطاع على مجموعة من الأحياء بكامل حدودها، وأن تتفق حدودها مع شبكة الطرق الرئيسية والدائرية وحدود المخططات المعتمدة والحدود الطبيعية، إضافة إلى التوافق قدر الإمكان مـــع نطاقات خدمات الشرطة والدفاع المدني وخدمات الأمانة، آخذة في اعتبارها تحقيق قدر الإمكان، قدراً من التوازن في توزيع السكان واحتياج الدوائر الحكومية والخدمية.

وطبقاً لذلك فقد تكونت مدينة مكة المكرمة من تسعة قطاعات رئيسية هي:أجياد والغزة والمسفلة والعتيبية والمعابدة والعزيزية والشوقية والتنعيم والشرائع، يتكون كل قطاع من مجموعة مـــن الأحيـــاء يتراوح عددها بين خمسة وتسعة أحياء طبقاً للموقع من المسجد الحرام والمنطقة المركزية والمســـاحات المتاحة للتنمية، وبناء على ذلك ظهرت في مساحات متباينة، فما مدى تشتت مساحات تلك القطاعات وتباعد مساحاتها عن متوسطها على مستوى المدينة؟ ذلك جانب مهم يمكن قياسه من خلال مقيـــاس التباين، إذ يعد أساساً مهماً لدى تفسير نمط التوزيع المكاني للظاهرة، ولقد طبقته الدراسة على النحـــو التالي:

جدول رقم (٣-٩)

حساب تحليل التباين بين مساحات القطاعات

One-Sample Test

Test Value = ٠	مساحة القطاعات
T	Mean Difference
٢.٦٥٦	١٥٧.٤٤٤٤

المصدر: الباحثة اعتماداً على المخطط الهيكلي لمدينة مكة المكرمة،١٤٢٤هت، وبرنامجspss

من خلال تحليل الجدول السابق وبحصولنا على مربع الفرق لانحرافات المساحة عن الوسط الحسابي* وفقاً لمعادلة التباين وبقسمة المجموع على عدد القطاعات بالمدينة، لينتج عن ذلك درجة التباين والتي بلغت ٢.٦٥، وهي قيمة تدل على وجود نسبة كبيرة للتشتت واتجاه كبير نحو الانتشار في المساحات، مما نتج عنه فروق واضحة في الحجم السكاني والعمراني التابع لكل قطاع، أكسب كلاً منها طابعاً خاصاً بها عن غيرها، فقطاعات المركز تمتاز بضيق مساحتها، بينما تتسع القطاعات كلما ابتعدنا عن المركز واتجهنا ناحية الأطراف، وإذا ما قارناها بالتباين في الأحياء نجد أن الأحياء أشد تبايناً منها، إذ إن الفروق المساحية مع المتوسط المساحي كبيرة جداً وبذلك هي أقل تركزا عن المتوسط، هذه الخصائص المتباينة فيما بينها انعكست على مدى جاذبيتها أو طردها للأسواق الشريطية والمركزية، مما أوجد خصائص واضحة للتوزيع تختلف عن توزيع الأسواق في الأحياء، باختلاف مساحة القطاع وموقعه في هيكل المدينة؛ و يمكن تتبع ذلك الفرق من توزيعها في الجدول التالي:

* المتوسط الحسابي للمساحة١٥٧كم٢

جدول رقم (٣-١٠)

توزيع الأسواق على رتب القطاعات وفق الحجم السكاني لها

رتبة القطاع	الحجم السكاني نسمة	النسبة المئوية للحجم السكاني	أسماء القطاعات	الأسواق المركزية		الأسواق الشريطية		المساحة الإجمالية للقطاع كم٢	النسبة المئوية لمساحة القطاع	مساحة الأسواق المركزية كم٢	طول الأسواق الشريطية كم	الترتيب حسب مساحة القطاع	الترتيب حسب مساحة الأسواق المركزية	الترتيب حسب طول الأسواق الشريطية
				العدد	النسبة %	العدد	النسبة%							
الأول	أكثر من ١١٠٠٠٠	٧٧	العتيبية – المسفلة – المعابدة – الشوقية– العزيزية	٣٥	٨٥	٤٠٥٣	٨٠	٧٦٤٥٤.٣	٥٩	٠.١٩٨٧٢	١٠٦.٠٣	١	١	١
الثاني	١١٠٠٠٠- ٩٠٠٠٠	٧	العمرة	٣	٨	١٦	٠.٣	٣٧٦٠٢.٩	٢٩	٠.٠٤١٣	٦.٢٢	٢	٢	٣
الثالث	أقل من ٩٠٠٠٠	١٦	الشرائع- أجياد الغزة	٣	٨	٩٨٣	١٩.٧	١٨٦١.٥	١٢.٢	٠.٠٠٣٣٢	١٣	٣	٣	٢
المجموع	١٣٧٥٠٠٠	١٠٠		٤١	١٠٠	٥٠٥٤	١٠٠	١٣٠٠١٢	١٠٠	٠.٢٤٣٣٤	١٢٥.٢٦			

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـــ، وبيانات أمانة العاصمة المقدسة ١٤٢٨هـــ، العمل الميداني ١٤٢٨هـــ.

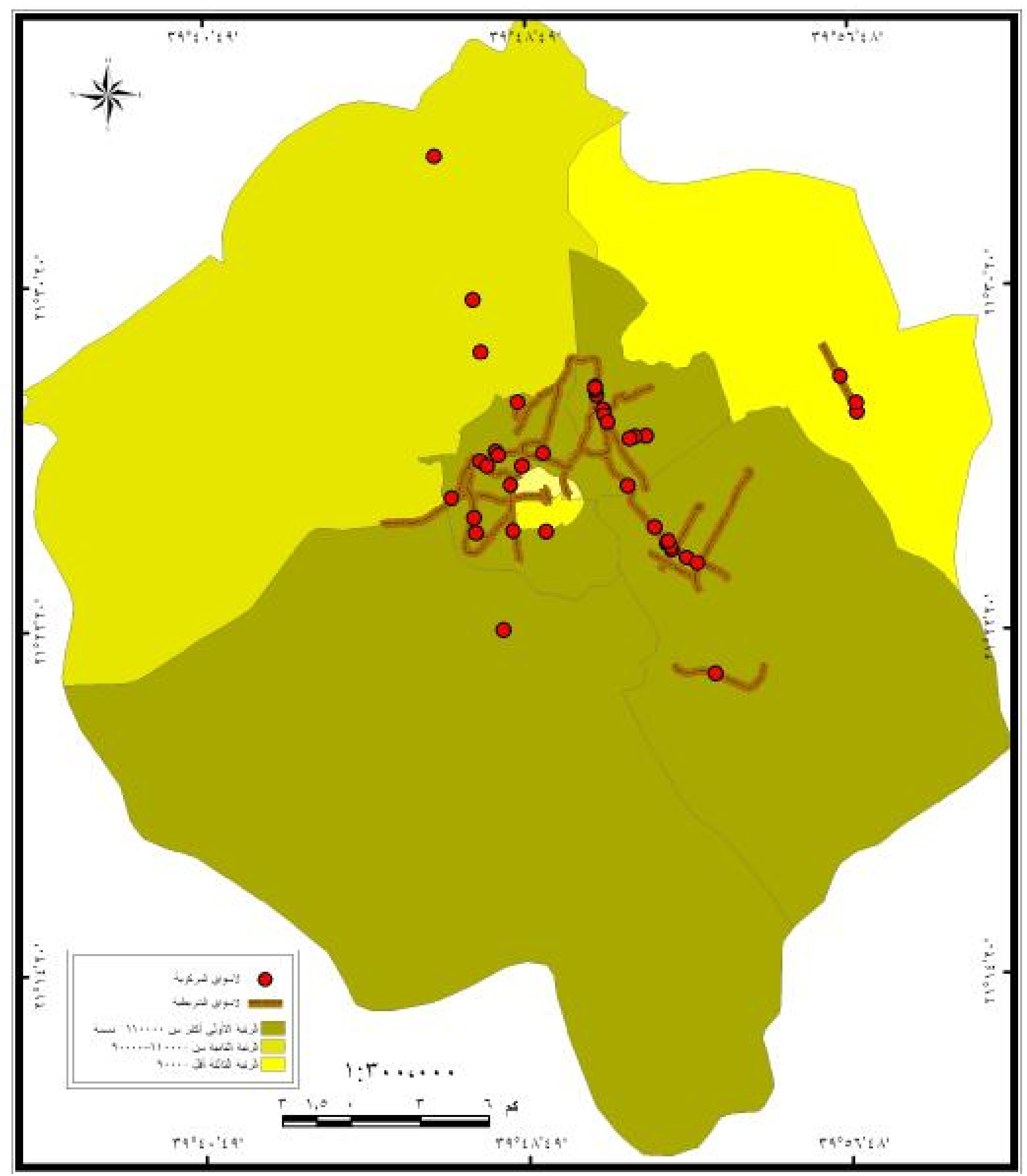
من خلال تحليل الجدول(٣-١٠) نجد أن قطاعات المدينة قد تم تقسيمها إلى رتب وفـــق الحجـــم السكاني، ويمكن على إثر ذلك وضعها في فئات على النحو التالي:

***الفئة الأولى**: رتب القطاعات كبيرة الحجم السكاني (أكثر من ١١٠٠٠٠نسمة) ونسبتها ٥٥% من قطاعات المدينة، والتي تجاوزت مساحته ٧٠٠٠٠كم٢، وهي الرتبة الأولى التي تضم: العتيبية والمسفلة والمعابدة والشوقية والعزيزية، وهي القطاعات الأوفر حظاً من الأسواق المركزية والشريطية، وبالتالي فقد حازت على المرتبة الأولى بين باقي الرتب في المساحة المشغولة منها للأسواق المركزية وأطوال الأسواق الشريطية، والتي تأثرت باتساع مساحة قطاعات هذه الرتبة مقارنة بباقي الرتب، وهي من القطاعـــات الانتقالية من المدينة، ما عدا قطاع الشوقية، والذي توافق مع قطاعات هذه الرتبة في الحجم السكاني، مما يعني حاجة هذا القطاع للأسواق بنوعيها، مقابل النقص الواضح فيها.

***الفئة الثانية**: القطاعات صغيرة الحجم السكاني (أقل من ١١٠٠٠٠نسمة) ونسبتها ٣٣%، وهـــي قطاعات الرتبة الثانية والثالثة، والتي تضم: قطاعات العمرة والشرائع وأجياد والغزة، وهي القطاعـــات المركزية والهامشية بالمدينة، وتعد من أقل الرتب نصيباً من الأسواق المركزية والشريطية، كما أنها أقـــل القطاعات مساحة، مما يشير إلى أنها إما قطاعات طاردة أو أقل جذباً للأسواق، خاصة الأسواق المركزية التي كانت أكثر نفره من هذه المناطق، وبالمقابل كانت الأسواق الشريطية أكثر في هذه الرتبة، حيـــث تضم قطاع أجياد- مركزي-وقطاع الشرائع - هامشي- الأمر الذي يشير إلى أن الأسواق الشـــريطية كانت أكثر انتشاراً بين المناطق الهامشية والانتقالية والمركزية على مستوى القطاعات، في حين تنحـــت الأسواق المركزية بالتركز الشديد في المنطقة الانتقالية والتوزيع المنخفض في الهوامش، أكسبت كلاً منها طابعاً خاصاً في التوزيع يمكن دراستها من خلال الشكل التالي:

شكل(٣-١٦)

توزيع الأسواق على رتب القطاعات وفق الحجم السكاني لها



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ والعمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال الشكل رقم(٣-١٦) نلاحظ أن الكتلة الحضارية المتضخمة بالسكان قد امتدت في المنطقة الانتقالية نحو الجنوب والجنوب الشرقي والجنوب الغربي، والتي تركز بها٩٥% من الأسواق الشريطية، ٨٨% من الأسواق المركزية، وهي نسبة كبيرة تشير إلى وجود ارتباط قوي بين الحجم السكاني والحجم السوقي، وبالمقابل ظهرت الكتلة الهامشية من قطاعات الشمال والشمال الشرقي والقلب القديم كفجوات تقلص بها الحجم السكاني وكذلك الحجم السوقي، والتي لم يتركز بها سوى ٥%من الأسواق الشريطية ١٢% ومن الأسواق المركزية.

كما نلاحظ تطابق توزيع الأسواق الشريطية والمركزية في قطاعات القلب والانتقالية في شمال وشرق وغرب قطاعات القلب، وامتداد القليل منها في شرق الكتلة العمرانية وجنوبها الشرقي، في حين اتجهت الأسواق المركزية للتوزع في شمال الحيز الحضري، مما يعني تدني العدالة التوزيعية بين قطاعات المدينة؛ إثر اختلاف خصائصها المساحية والسكانية والعمرانية، ولاختبار مدى العدالة في التوزيع مقابل المساحة الإجمالية للقطاع، طبقت الدراسة معادلة النصيب المتعادل.

- **النصيب المتعادل** Equivalent Part

وعلى غرار تطبيقها لهذا المقياس على مستوى الأحياء ستطبقها الدراسة على مستوى القطاعات من خلال الجدولين التاليين:

جدول رقم (٣-١١)

النصيب المتعادل من محلات الأسواق الشريطية في القطاعات

القطاع	المساحة الإجمالية كم	مساحة القطاع/الإجمالي	محلات الأسواق الشريطية	الأسواق الشرطية/الإجمالي	النصيب المتعادل من الأسواق
الشوقية	٤٦٢.٢٩	٠.٣	ــــ	٠	٠
العمرة	٣٤٢.٤٥	٠.٢	١٦	٠.٠	٠
الشرائع	٢٨٤.٢٣	٠.١	٢٩١	٠.٠	٠
العزيزية	٢٥.١٠٤	٠.١	٩٩٣	٠.١	١
المعابدة	٣٥.٩٨	٠.٠	١١٠٢	٠.٢	٠
المسفلة	٢٠٣٩	٠.٠	٦٨٤	٠.١	٠
العتيبية	١٨.٦٤	٠.٠	١٢٧٤	٠.٢	٠
أجياد	٣.٤١	٠.٠	٢٠١	٠.٠	٠
الغزة	٢.٩١	٠.٠	٤٩٣	٠.٠	٠
المجموع	١٤٢١.٣٤	٠.٠	٥٠٥٤	٠.٠	٠

المصدر:الباحثة اعتماداً على تحديث المخطط الهيكلي لبيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، و العمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول وجدنا قيماً واضحة تبرز مواقع النصيب الأوفر للأسواق الشريطية، ونظراً لتطابق نتائج هذا المقياس مع نتائج الأسواق المركزية كما سيرد، دفعنا ذلك إلى تحليلهما في إطار واحد،

بغية الوصول إلى مقارنات واضحة بين نصيب وكل منهما، وهو الهدف الذي تبحث فيه دراسة التوزيع على مستوى القطاعات،على النحو التالي:

جدول رقم (٣-١٢)

النصيب المتعادل من الأسواق المركزية في القطاعات

القطاع	المساحة الإجمالية كم	مساحة القطاع/الإجمالي	عدد الأسواق المركزية	الأسواق المركزية/الإجمالي	النصيب المتعادل من الأسواق
الشوقية	٤٦٢.٢٩	٠.٣	١	٠.٠	٠
العمرة	٣٤٢.٤٥	٠.٢	٣	٠.٠	٠
الشرائع	٢٨٤.٢٣	٠.١	٣	٠.٠	٠
العزيزية	٢٥.١٠٤	٠.١	٩	٠.٢	١
المعابدة	٣٥.٩٨	٠.٠	١١	٠.٢	٠
المسفلة	٢٠٣٩	٠.٠	٤	٠.٠	٠
العتيبية	١٨.٦٤	٠.٠	١٠	٠.٢	٠
أجياد	٣.٤١	٠.٠	٠	٠	٠
الغزة	٢.٩١	٠.٠	٠	٠	٠
المجموع	١٤٢١.٣٤	٠.٠	٤١		٠

المصدر:الباحثة اعتماداً على تحديث المخطط الهيكلي لبيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدولين (٣-١٢) (٣-١٣)يمكن تقسيم قطاعات المدينة إلى مجموعتين:

*الفئة الأولى: القطاعات التي لم تحوز على نصيبها المتعادل من الأسواق المركزية والشريطية مقارنة بالمساحات قطاعات، والتي فيها بلغ النصيب المتعادل(صفر): ونسبتها أكثر من نصف قطاعات المدينة ٨٩% ،وهي الشوقية والعمرة والعتيبية والشرائع والمعابدة والمسفلة وأجياد والغزة، إذ إن نسب توزع الأسواق فيها لم تتناسب مع نسب القطاعات، حيث تركزت الأسواق في قطاعات صغيرة مثل العتيبية والمعابدة، بينما وجدت قطاعات كبيرة ومع ذلك انخفض نصيبها من الأسواق مثل قطاعات الشوقية والشرائع والعمرة.

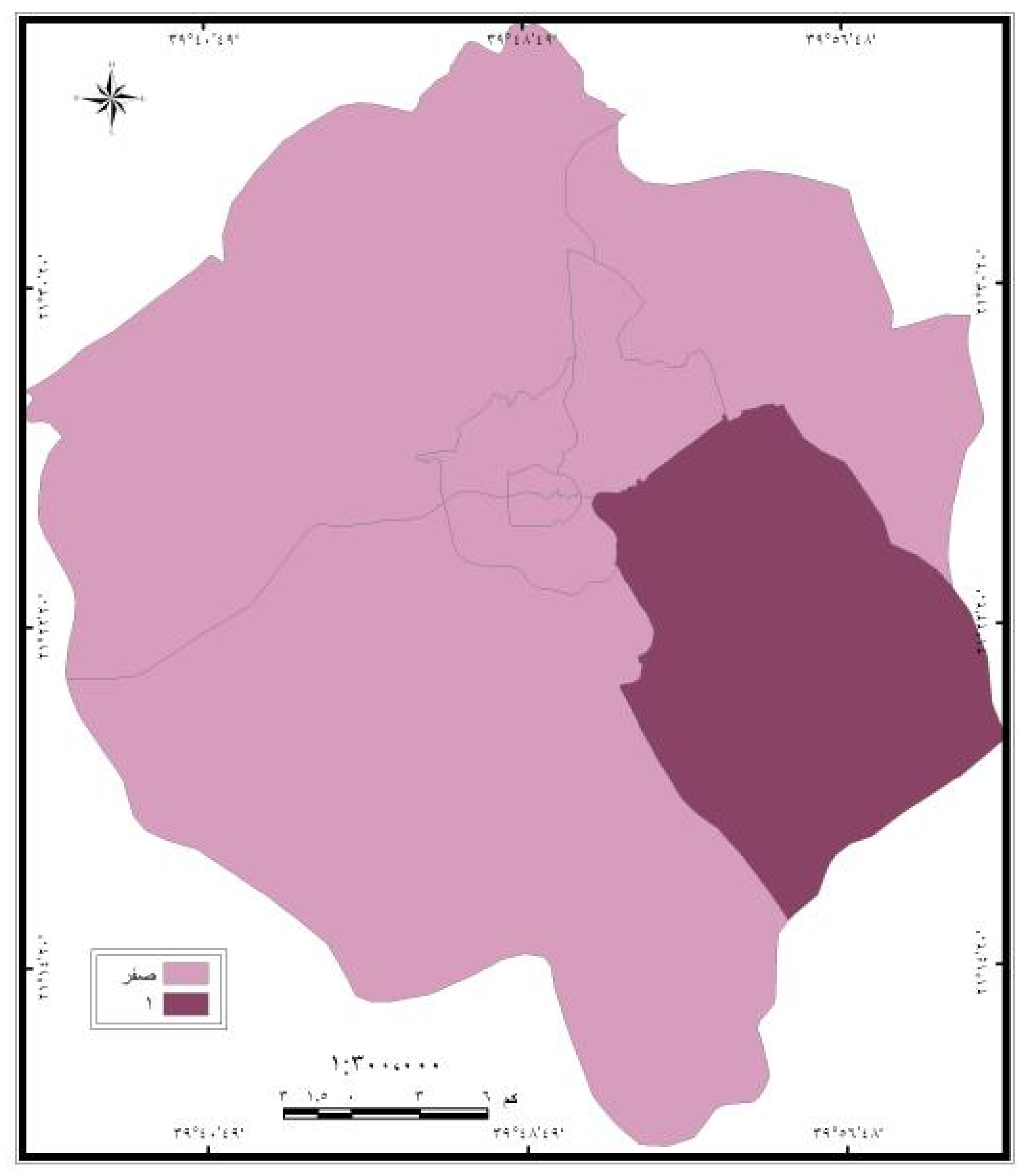
*الفئة الثانية: القطاعات التي حازت على نصيبها المتعادل من الأسواق مقارنة بالمساحات، والتي بلغ النصيب المتعادل لها (١ سوق) ونسبتها١١% فقط من القطاعات، بواقع قطاع واحد فقط هو العزيزية، والذي يقع في جنوب شرق المدينة، حيث تناسبت مساحته الإجمالية مع نسب توزع الأسواق فيه، ميزه بذلك موقع هذا القطاع المركزي كحلقة وصل بين منطقة المسجد الحرام والمشاعر المقدسة، وهو بذلك يتوافق مع تبعية الوظيفة التجارية لوظيفة المدينة الدينية، والتي بدأت في الانتقال إلى خارج القلب المركزي من المدينة، حيث امتدت على هيئة محاور من القلب وباتجاه الأطراف، شكلت بذلك عدة قطاعات طولية تمتد من المركز نحو الضواحي، وذلك توافقاً مع نموذج القطاعات Sectors Model ،

أو نويات متناثرة خارج المنطقة المركزية والتي تحتاج إلى التقارب فيما بينها لجذب الزبائن كما وصفه نموذج النويات المتعددة Multiply Nuclei Model (الجار الله، ١٤٢٠هـ، ص٢٠٢-٢٠٤) مما أوجد تلازماً واضحاً بين المحاور النقلية وعلى عقدها المركزية لتحقيق أكبر جدوى اقتصادية تسعى لها. ويمكن تمثيل تلك الفئات في الشكل (٣-١٧)

ومن خلال تحليل الشكل(٣-١٧) نلاحظ من تطابق قيم النصيب المتعادل للأسواق الشريطية مع النصيب المتعادل للأسواق المركزية أن انخفاض المنسوب واتساع الأودية وانبساطها قد ساعد على سرعة امتداد الشوارع التجارية وتقاطعها خلال مراحل النمو العمراني، وبالتالي تضافر الظروف الطبيعية لجذب الأسواق المركزية والشريطية على حد سواء للجهة الشمالية الغربية من هذا القطاع(العزيزية) بالتحديد، والتي توزعت عليها ١٨% من الأسواق الشريطية بالمدينة مثل المسجد الحرام والملك عبد الله وعبد الله خياط والملك خالد،و٢٢% من الأسواق المركزية بالمدينة، وهذا يعني أن قطاع العزيزية حاز وحده على ما يقارب ثلث أسواق المدينة، ومنها: سوق السلام وسوق العزيزية وسوق ذي المجاز وسوق رياض العزيزية وذي المجاز والسوق الصغير والعائلة والعوالي والبسام...،ويمكن تبرير بعدها عن الجهة الجنوبية الشرقية من القطاع بالرغم من سهولة السطح هو الارتباط المباشر للقطاع بالمسجد الحرام من الجهة الشمالية الغربية؛ الأمر الذي يبرز مدى قوة تأثير الموضع المكاني للحي في جذب الأسواق لهذا الموقع بالذات، فهو يقع في منطقة عقديةNodality بين المسجد الحرام والمشاعر المقدسة، الأمر الذي يجعلها من أنشط القطاعات في الحركات التجارية خلال مواسم العمرة والحج، ويتمتع هذا القطاع بتوسط الحجم السكاني، حيث حاز هذا القطاع على ١١٤٢٦٣نسمة وبنسبة ٨% فقط من سكان المدينة، وقد تركزت في مساحة ٢٣١.٠٧كم٢ أي بكثافة بلغت ٤٩٤.٤نسمة في كل كم٢، كما يمتاز هذا القطاع بتكامل المرافق والخدمات، إذ يعد ضمن الأحياء الأولى بالمدينة من حيث التنظيم، والذي تشكل خلال الطفرة الاقتصادية للدولة، وبالتالي فإن سكانه في غالبيتهم من ذوو المستويات الاقتصادية المرتفعة، كما أنه نال حظاً لا بأس به من الجهات الحكومية لتفعيل دوره التجاري، كل هذه الظروف جذبت الأسواق وساهمت بشكل كبير في إيجاد نظام سوقي قوي المنافسة مما يوحي بتقارب كبير بين نقاط توزيعها في هذا القطاع بالتحديد، وهو أمر ملاحظ من الشكل(٣-١٨):

شكل رقم(٣-١٧)

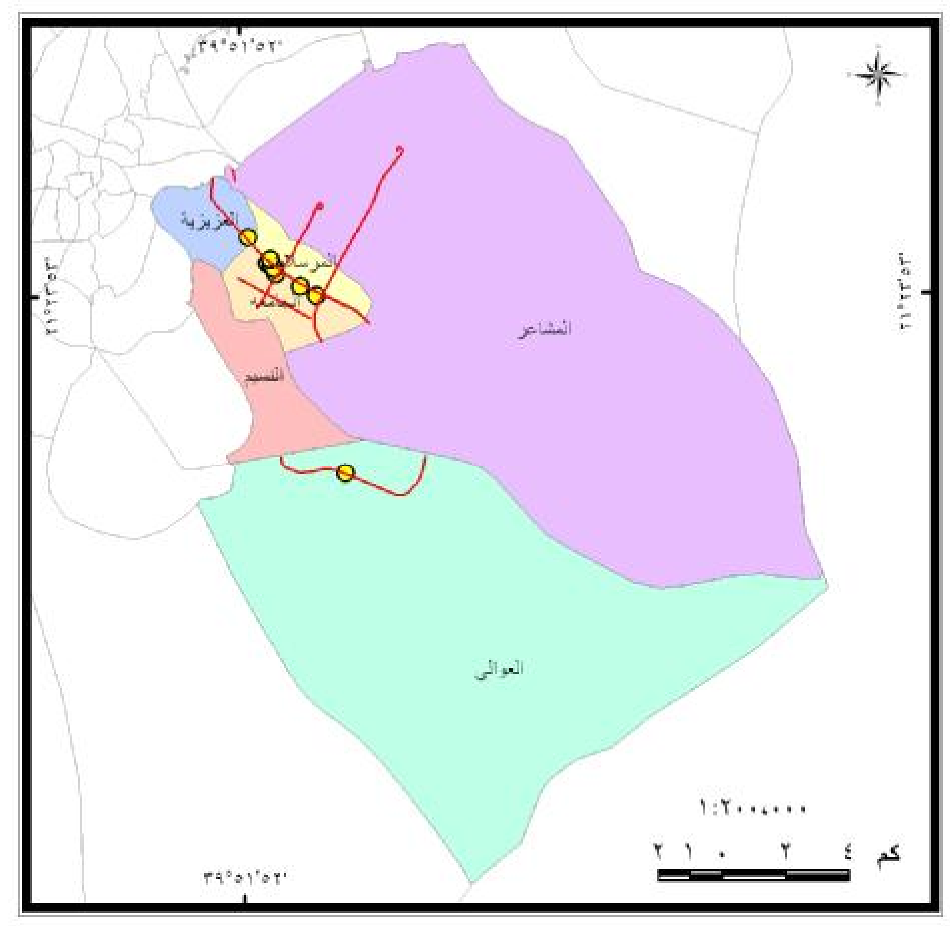
النصيب المتعادل لمحلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزية في القطاعات



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، و العمل الميداني ١٤٢٨هـ

شكل رقم(٣-١٨)

توزيع الأسواق الشريطية والمركزية في قطاع العزيزية



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الشكل رقم(٣- ١٨) نجد أن نصيب هذا القطاع قد بلغ ٩ أسواق مركزية وبنسبة ٧٧% منها في حي الجامعة وحده، مما يزيد من شدة التنافس بينها، والذي لا يشغل سوى٢% من مساحة القطاع، الأمر الذي يؤكد على قوة عامل المنافسة في تزايد أعدادها في هذه البقعة من القطاع، في حين خلا حي المشاعر من الأسواق رغم شغله لأكثر من ٥١ %من مساحة القطاع، مما يفضي إلى وجود عامل آخر يزيد من شدة التجمع السوقي في هذا الحي دون غيره، فهل حي المشاعر غني عن التواجد السوقي؟ أم أنه يمتاز بنمط سوقي آخر أغناه عن الأسواق المركزية والشريطية؟

لقد كان من البديهي خلو المشاعر من السكان والمساكن إثر نشاطها الموسمي حتى بالأسواق الموسمية، والتي تتابع عليها موجات بشرية سنوياً، في ديمومة حركية يزداد عمقها بتزايد الأعداد الوافدة من الحجاج والعمار، التي تزداد أحجامها عاماً بعد عام تبعاً لتزايد التسهيلات والتنظيم الذي تعده الدولة في كل موسم، حيث امتاز هذا القطاع بتكامل الخدمات التجارية والمصرفية (أربعة بنوك مصرفية) وارتفاع الأحجام السكانية ومركزية الموقع بين المشاعر المقدسة والمسجد الحرام، كما اتجهت سياسة الحكومة والاستثمار لإقامة عدة بؤر تنظيمية (كبرج التجارة العالمي) تسعى لتأصيل الوظيفة التجارية، كما نظمت جهات التخطيط عدة حلقات من الجسور والأنفاق للمشاة والمركبات، حتى امتازت بسهولة وصول عالية، هذا التقارب بين نقاط التوزيع وفي مساحة محدودة من القطاع، أفضى إلى تزايد فرص التركز وتداخل نطاقات خدماتها، وبالتالي قصور الخدمة عن أجزاء أخرى من المدينة.

نستنتج من ذلك أن توزيع الأسواق قد افتقر إلى العدالة بين قطاعات المدينة، ويعني وجود قطاعات أخرى خالية من الأسواق الشريطية أو المركزية أو كلاهما معاً، مما يضطر السكان لقطع مسافات زمنية وطبيعية أطول للوصول إلى أسواق في قطاعات أخرى، وهذه المسافة تزداد وتقل وفق نمط انتشارها بين القطاعات، فالانتشار يوصف بمتوسط المسافة التي تفصل بين هذه الأسواق، وصولاً لمعرفة النمط التوزيعي لها، وذلك بالتعرف على درجات التباعد بين الأسواق، وبالتالي التوصل إلى تخطيط موزون ورسم صورة أكثر تكاملاً لطبيعة انتشارها على مستوى القطاعات.

- **متوسط التباعد**Spacing Mean

تبعاً لتطبيق هذا المؤشر على مستوى الأحياء طبقتها الدراسة على قطاعات المدينة، فبالنسبة لمتوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية اختلفت طبيعة انتشارها على مستوى المدينة لتبلغ ٦كم، فما مدى اختلافها أو اتفاقها على مستوى القطاعات، وهو ما يظهر من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٣-١٣)

متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية على القطاعات

القطاع	المساحة الإجمالية كم	عدد محلات الأسواق الشريطية	متوسط التباعد
الشوقية	٤٦٢.٢٩	-	-
العمرة	٣٤٢.٤٥	١٦	٥
الشرائع	٢٨٤.٢٣	٢٩١	١
العزيزية	٢٥.١٠٤	٩٩٣	٠.٥
المعابدة	٣٥.٩٨	١١٠٢	٠.١
المسفلة	٢٠٣٩	٦٨٤	٠.١
العتيبية	١٨.٦٤	١٢٧٤	٠.١
أجياد	٣.٤١	٢٠١	٠.١
الغزة	٢.٩١	٤٩٣	٠.٠٨

المصدر: الباحثة اعتماداً على تحديث مخطط مدينة مكة المكرمة الهيكلي١٤٢٤هـ،و العمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول السابق يمكن تقسيم قطاعات المدينة إلى ثلاث فئات بحسب متوسط التباعد على النحو التالي:

***الفئة الأولى**: قطاعات تدنى فيها متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية إلى (أقل من ٥كم): ونسبتها ٦٦%، وهي أجياد والغزة والعتيبية والمعابدة والعزيزية والمسفلة، والتي تركز بها عدد كبير من محلات الأسواق الشريطية، تأثراً بطبيعتها المتلاصقة والمحاذية للشوارع التجارية، والتي تتركز في قطاعات المركز القديم والمناطق المحلقة حول القلب، مما يشير إلى تقارب واضح بين محلاتها، نتيجة لمحدودية مساحتها، ترتب عليها الكثير من صعوبات الوصول، التي تستغرق مسافة زمنية طويلة رغم قصر المسافة الطولية نحوها، بسبب الازدحام المروري والبشري في تلك القطاعات، وما تعانية من عشوائية التنظيم لمساكنها والأنشطة والخدمات الملحقة بها، وهذا يعني أن أكثر من نصف الأسواق الشريطية تعاني من تركز شديد لمحلات الأسواق الشريطية، نتيجة تضخمها في مساحات ضيقة.

***الفئة الثانية**: قطاعات تجاوز فيها متوسط التباعد (أكثر من ٥كم): ونسبتها ٢٢% من قطاعات المدينة، أي ما يقارب ثلث محلات الأسواق الشريطية، وهي قطاعي الشرائع والعمرة، والواقعة في شمال وشمال شرق هامش المدينة، والتي تمتاز ببعد امتداداتها عن المركز، حيث تبعد عن الشوارع التجارية القديمة بالمدينة، لتبدأ في التخلخل بين نقاط توزعها، الأمر الذي أوجد أطوالاً واضحة في المسافات فيما بينها، مع ما يقابلها من اتساع في مساحة القطاع وتدني أعدادها، والتي بُصمت بالاستطالة والاتساع، وسرعة حركة المركبات، وتقلص فرص التوقف على جانبيها، في حين

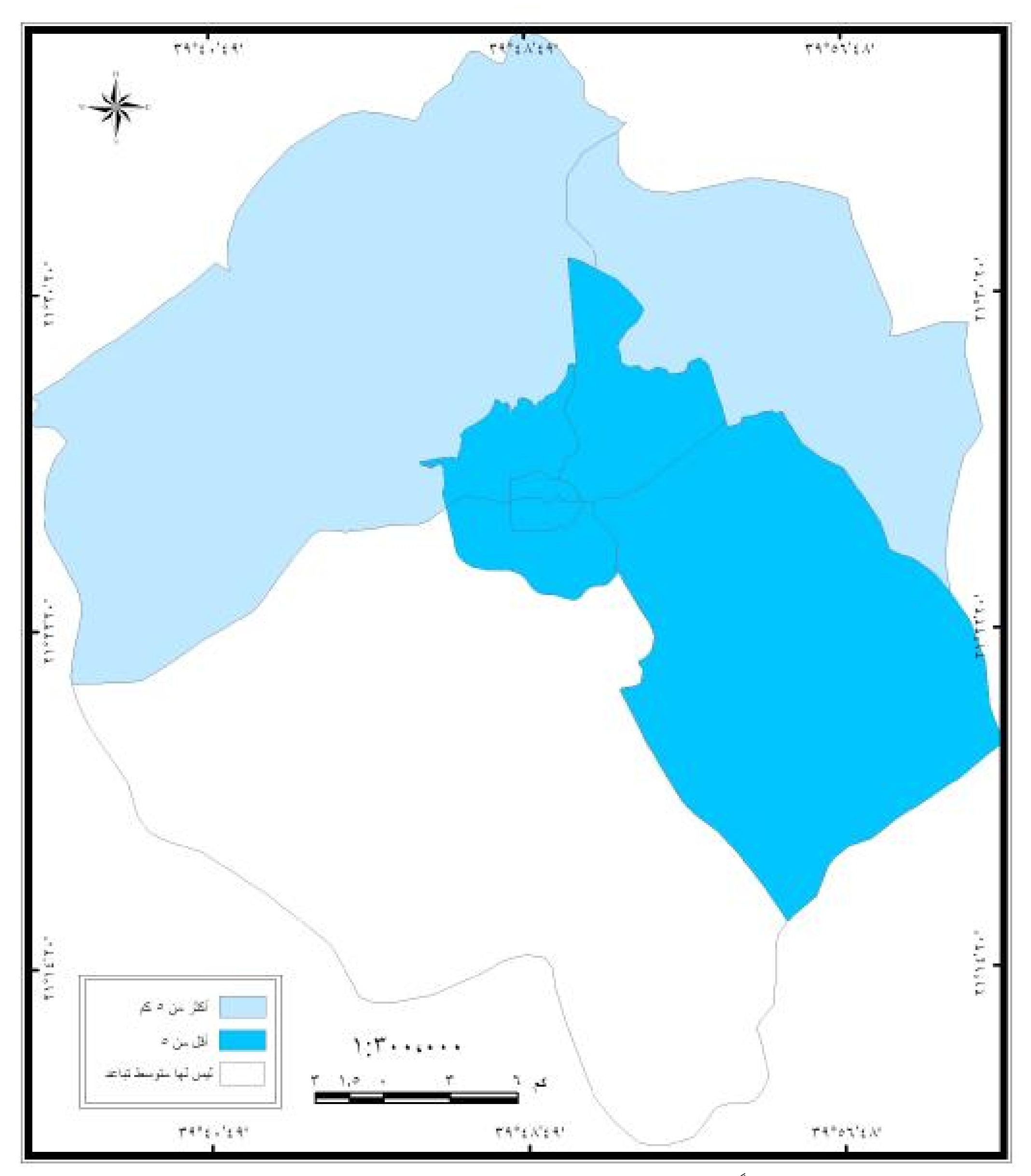
وفرت بعضها خطوطا جانبية للخدمات بموازاتها، ظهرت على إثرها هذه الأعداد البسيطة من الأسواق.

* **الفئة الثالثة:** قطاعات (خلت من متوسط التباعد) نتيجة خلوها من الشوارع التجارية، وهو قطاع واحد: الشوقية- هامشي الموقع- ولا يمثل سوى ١١% من قطاعات المدينة، وهو بقعة خصبة الموارد لظهور هذا النوع من الشوارع، لما يتمتع به من الاتساع والطول الذي هيأها للتغلغل في أحشاء الكتل العمرانية الحديثة والسريعة جداً (وقد ظهر منها شارع أم المؤمنين زينب الهلالية) وبالتحديد في هذا الاتجاه من الكتلة العمرانية، كما يتمتع بخصائص مركزية كالقرب من الأسواق الحديثة في ظهور وارتفاع نسبة المنافسة، إلى جانب تزايد الطلب على الأراضي في هذا الاتجاه من المدينة، بسبب نمو الطرق النقلية المتطورة في المستقبل القريب بها، والتي تقع ضمن المشروعات التطويرية الحديثة بالمدينة، ويمكن تمثيل هذه الفئات من خلال الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل (٣-١٩) نلاحظ أن تركز التوزيع لمحلات الأسواق الشريطية كانت أشد في القطاعات التابعة للقلب المركزي ومنطقة الانتقال وحتى قطاع العوالي الهامشي، مشيراً بذلك للاتجاه ناحية الجنوب الشرقي من كتلة المدينة، وهي الغزة والعتيبية وأجياد والمسفلة والمعابدة، حيث تدنى فيها متوسطات التباعد، وازداد فيها التركز للأسواق الشريطية بنسبة كبيرة، والتي تخترقها الشوارع التجارية بالمدينة قديمة النشأة ذات المركزية العالية في الموقع والاتصال، وغالبيتها من القطاعات العشوائية في تنظيماتها العمرانية، زادت فيها المشكلات البيئية والاجتماعية والاقتصادية نتيجة التكتل في الأحجام السكانية في قطاعات صغيرة المساحة وازدادت فيها الكثافة السكانية وتدنت فيها الموارد والخدمات إثر تزايد الضغط الاستهلاكي دون تعويض أو تنظيم له، نتيجة لتقلص سطوة السياسات الحكومية التي يصعب عليها التنظيم لهذه القطاعات. بينما ازداد متوسط التباعد بين محلات أسواق قطاع العمرة نتيجة لانخفاض نصيبها من الأسواق الشريطية واتساع مساحتها الإجمالية؛ كما أن تنظيم مواقع الأسواق بها قبل ظهور التكتلات السكنية قد أثر على نمط التوزيع، وهذا يفضي لقوة العلاقة بين النمو العمراني العشوائي وتوزع الأسواق الشريطية، وبالمقابل تقلص امتداداتها في مناطق النمو العمراني المنظم في أطراف المدينة، وذلك نتيجة لتوافق ظروف ظهور كليهما، الأمر الذي يقودنا للتنبؤ باتجاه مختلف للأسواق المركزية، نتيجة للظروف الاقتصادية التي أثرت على ظهورها.

شكل رقم (٣-١٩)

متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية على القطاعات



المصدر الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، و العمل الميداني ١٤٢٨هـ

ولقد تم حساب متوسط التباعد للأسواق المركزية على مستوى المدينة والذي ظهرت نسبته الكبيرة حوالي ٦٣كم، مما ينبئ بتوزيع متقارب بصفة عامة، فما مدى تفاوت درجات التباعد بين الأسواق المركزية في القطاعات؟

جدول رقم (٣-١٤)

متوسط التباعد بين الأسواق المركزية في القطاعات

القطاع	المساحة الإجمالية كم	عدد الأسواق المركزية	متوسط التباعد
الشوقية	٤٦٢.٢٩	١	٢٣١
العمرة	٣٤٢.٤٥	٣	١١٤
الشرائع	٢٨٤.٢٣	٣	١٠٤
العزيزية	٢٥.١٠٤	٩	٥٦
المعابدة	٣٥.٩٨	١١	١٩
المسفلة	٢٠٣٩	٤	٢٤
العتيبية	١٨.٦٤	١٠	١٤
أجياد	٣.٤١	٠	–
الغزة	٢.٩١	٠	–

المصدر: الباحثة اعتماداً على تحديث مخطط مدينة مكة الهيكلي١٤٢٤هـ،و العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل جدول (٣-١٤) يمكن تقسيم القطاعات إلى فئات بحسب قيمة متوسط التباعد بين الأسواق المركزية:

***الفئة الأولى**: قطاعات بلغ فيها متوسط التباعد(أقل من ٢٠كم): ونسبتها ٢٢% من قطاعات المدينة، وهي تضم العتيبية والمعابدة، حيث تمثل هذه الفئة تقارباً كبيراً بين الأسواق، نتيجة لصغر مساحة القطاعات، وتركز أكثر من نصف الأسواق بها، وذلك بنسبة٥١% بها، حيث أثر ذلك على زيادة التقارب فيما بينها، وارتفعت الكثافة السوقية فيها، ونتيجة لذلك تدني متوسط التباعد بينها، وازدادت إثر ذلك المنافسة بين الأسواق، مما انعكس على مساحاتها الصغيرة مقارنة بباقي أسواق المدينة، فكلما تقاربت النقاط كلما صغر حجم الأسواق، نتيجة لتدني نطاقات نشاطها، وإن كان هذا التقارب بين الأسواق المركزية لم يوازِ ذلك التقارب بين محلات الأسواق الشريطية،إثر اختلاف مساحة كل منهما، وامتداد نطاق خدمات كل منهما على أثر ذلك.

***الفئة الثانية**: قطاعات تراوح متوسط التباعد فيها ما بين(٢٠-٦٠كم): ونسبة هذه الفئة أيضاً ٢٢% ، وتضم العزيزية والمسفلة، تركز بها ما يقارب ثلث الأسواق بها، وبنسبة ٣١% مع توسط مساحتها، نتج عن ذلك ازدياد متوسط التباعد لمسافات أطول من الفئة السابقة، بسبب اتساع مساحة هذين القطاعين، وهذه القطاعات امتازت بتوسط وارتفاع المستويات الاقتصادية لسكانها، وزيادة قوة المنافسة بين الأسواق والمحصورة في أجزاء محددة منها.

***الفئة الثالثة**: قطاعات بلغ فيها متوسط التباعد بين أسواقها المركزية(أكثر من ٦٠ كـــم): ونســـبتها ٣٣% فقط وتضم الشوقية والعمرة والشرائع، والتي لم يتركز بها سوى ١٧% من أسواق المدينة، وهي من القطاعات الهامشية المتسعة في مساحاتها، نتج عن ذلك ازدياد المسافات بين الأسواق، وبالتالي ارتفع بها معدل التباعد لأقصى درجاته، واتجهت أسواقه نحو التخلخل بدرجة أكبر من الفئتين السابقتين، حين قيست مقارنة بمساحته الكبيرة.

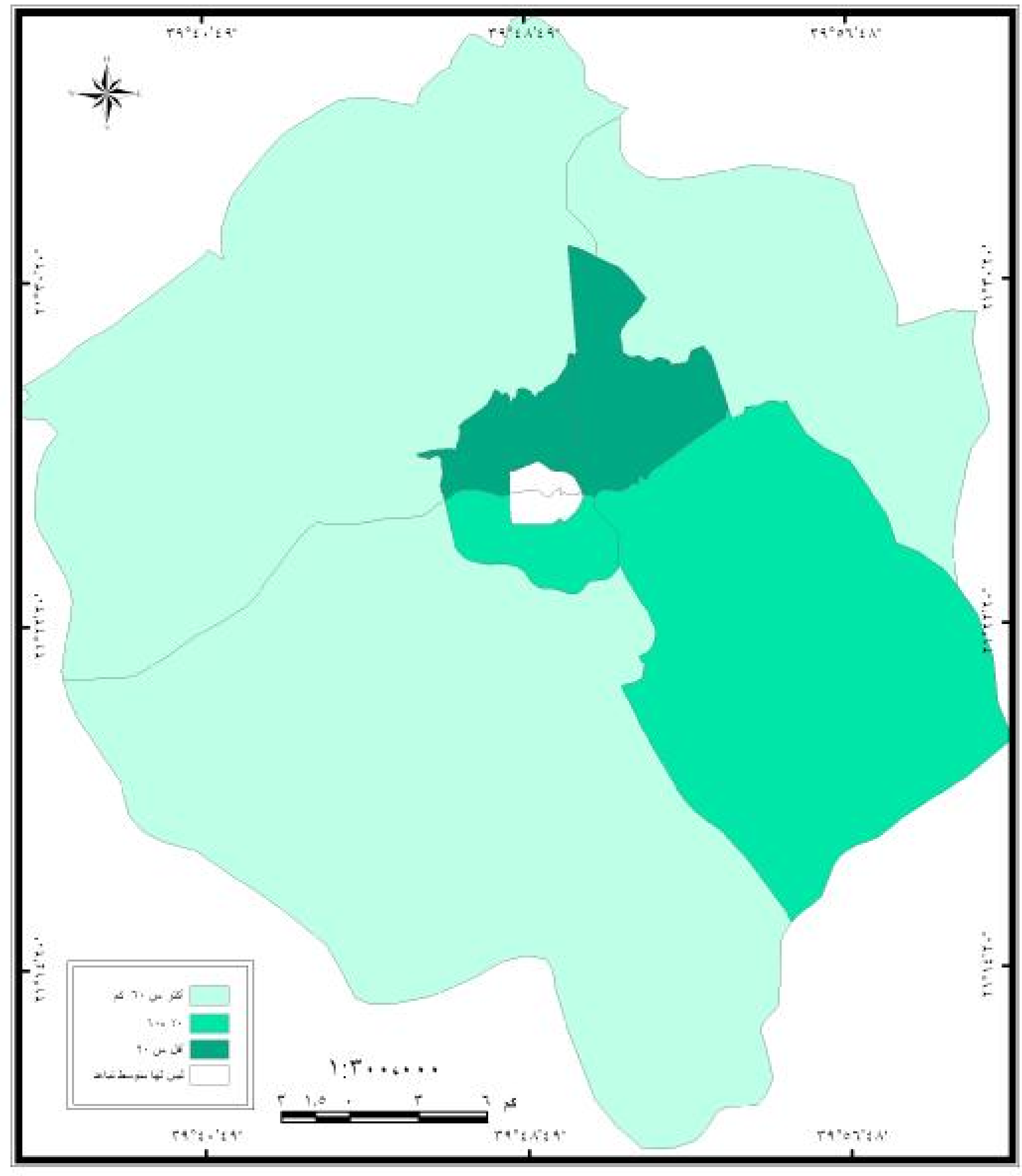
* **الفئة الرابعة**: قطاعات ليس لها متوسط تباعد نتيجة خلوها من الأسواق المركزية، ونسبتها ٢٢%، وهي تضم قطاعات القلب القديم أجياد والغزة، فهي البيئة الطاردة لهذه الأسواق إثر عـــدم تناســـب ظروفها المكانية مع طبيعة الأسواق، ولاستيضاح أكثر طُبقت هذه الفئات على الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل رقم (٣-٢٠) نجد أن اتجاه التركز في الحجم السوقي قد ارتكز في شمال القلب المركزية للمدينة، وفي قطاعات الانتقال بالتحديد، أخذت بعد ذلك في تباعد عـــن بعضـــها ناحيـــة القطاعات الهامشية في جنوب شرق الكتلة الحضرية للمدينة، مما يشير إلى نزوح الأسواق المركزية نحـــو الشمال والجنوب الشرقي، حيث النطاقات الأوسع، والأقدر على توفير البيئة المناسبة لها، لما امتازت به من تنظيم وتخطيط أكثر إذا ما قارناها بمحلات الأسواق الشريطية، في حين خلت قطاعات القلب منها تماماً، ونلاحظ من هذا أن القطاعات التي ارتفعت فيها درجة التركز للأسواق المركزية تـــدنى فيهـــا متوسطات التباعد إلى أدنى درجة، وهي علاقة عكسية بين متوسط التباعد ودرجة التركز، فكلمـــا زاد التركز قل متوسط التباعد بين الأسواق، والذي تزداد حدته في القطاعات الانتقالية. وبمقارنة انتشـــار الأسواق المركزية بانتشار محلات الأسواق الشريطية؛ نلاحظ أن الأسواق المركزية كانت أكثر تباعـــداً من الشريطية، نظراً لكبر نطاق نشاطها الذي تزداد بؤرته تبعاً لتعدد مستويات السلع المباعة فيها، وكبر مساحاتها والمتعددة في خدماتها وتخصصات سلعها والمساحات التي تشغلها من القطاعـــات، في حـــين كانت محلات الأسواق الشريطية أكثر تقارباً من بعضها نظير طبيعتها المحاذية للطرق، وحجم محلاتهـــا الصغيرة وانخفاض مستوى سلعها مقابل الأسواق المركزية.

نستنتج من ذلك قوة تأثير مساحة القطاعات على تركز توزيع الأسواق المركزية، إذ إن اتســـاعها يعني تدني الكثافة، وضيقها يعني ارتفاع الكثافة،وهذا يظهر علاقة عكسية مابين تركز الأسواق المركزية ومساحة القطاع، فكلما اتسع القطاع قلت الأسواق، وذلك باستثناء قطاعات القلب المركزي، غير أن التساوي في المساحات المنتظمة والخاضعة للمعيارية لتعد مقياساً مناسباً لقياس مدى التركز.

شكل رقم(٣-٢٠)

متوسط التباعد بين الأسواق المركزية على القطاعات



المصدر الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، و العمل الميداني ١٤٢٨هـ

- **درجة التركز في مساحة معياريةStandard Aria**

لقد تم تطبيقها بتحديد المساحة المعيارية ١٠٠كم٢ومتوسط المساحة وهو ١٥كـــم٢،في الجـــدول التالي:

جدول رقم(٣-١٥)

كفاية القطاعات من محلات الأسواق الشريطية في مساحة معيارية ١٠٠كم٢

القطاع	المساحة المعمورة بكم٢ س	عدد محلات الأسواق الشريطية م	س× م	س×م / ح
العمرة	٣١.٢٣٣	١٦	٢٤٠	٢.٤
الشوقية	٢٦.٨٠٦	-	-	-
الشرائع	٢٢.٨٢	٢٩١	٤٣٦٥	٤٣.٦٥
العزيزية	١٦.٦٧٢	٩٩٣	١٤٨٩٥	١٤٨.٩
المعابدة	١٢.٨٥٧	١١٠٢	١٦٥٣٠	١٦٥.٣٠
العتيبية	١٠.٩٠٢	١٢٧٤	١٩١١٠	١٩١.١
المسفلة	١٠.٥٤٩	٦٨٤	١٠٢٦٠	١٠٢.٦
أجياد	٢.٨١٤	٢٠١	٣٠١٥	٣٠.١
الغزة	٢.٣٣٢	٤٩٣	٧٣٩٥	٧٣.٩

المصدر: الباحثة اعتماداً بيانات أمانة العاصمة المقدسة ١٤٢٨هـــ، العمل الميداني ١٤٢٨هـــ

من خلال تحليل الجدول السابق يمكن تقسيم قطاعات المدينة إلى فئات بحسب نسبة تركز محلات الأسواق الشريطية في مساحة معيارية١٠٠كم٢ على النحو التالي:

*****الفئة الأولى**:قطاعات بلغت نسبة تركز الأسواق الشريطية (أكثر من ١٠٠ في ١٠٠كم٢): ونسبتها **٤٤**%من قطاعات المدينة، وهي العتيبية والمعابدة والعزيزية والمسفلة، وهي نفس القطاعات التي تدنى بها متوسط التباعد بين محلات الأسواق الشريطية عند أدنى درجة (أقل من٥كم٢) وتمثل قطاعات المدينـــة الانتقالية بالدرجة الأولى، حيث اقترنت بعض مواقعها بالمناطق الصناعية كـــالورش علـــى درجاتهـــا، والمصانع على مستوياتها، وذلك في قطاعي العتيبية والمعابدة، أما قطاع العزيزية فقد امتاز بخصائص سبق ذكرها، أما أقل القطاعات تركزاً بهذه الفئة فهو قطاع المسفلة، أقدم قطاعات المدينة التجارية، والتي بدأ دورها في التراخي حديثاً مقارنة بماضيها، نتيجة لعمليات التطوير السكنية وتناقص أعداد المحلات التابعة للأسواق الشريطية، تأثراً بقوى الطرد للاستخدامات التجارية من القلب إلى خارجه، يؤكـــد ذلـــك قطاعات الفئة التالية.

*****الفئة الثانية**: قطاعات تراوحت نسبة تركز محلات الأسواق الشريطية فيهـــا مـــابين (١٠٠-١٠ في ١٠٠كم٢) وهي قطاعات قلب المدينة القديم، أجياد والغزة والشرائع، والتي بلغت نسبتها **٢٢**% من قطاعات المدينة، والتي مازالت تحاول أن تحافظ على محلاتها التجارية، مع ما تعانيه من ارتفاع إيجارات

الأراضي وصعوبات الوصول والازدحام وانعدام الخدمات، التي تتطلبها كالمواقف مثلاً، إضافة إلى صغر مساحتها التابعة للمباني السكنية، واقتصارها على خدمة الزوار والعمار، الأمر الذي يشكل ضغوطات مكانية قوية التأثير، باتت مؤرقة لها في محضنها الأول، لتخوض موجات التقلص والارتحال نحو المنطقة الانتقالية، ساورتها في نفس النسبة الشرائع أحد الأحياء الحديثة والتي تعد أحد نقاط استقبال النـــازحين نحو الأطراف .

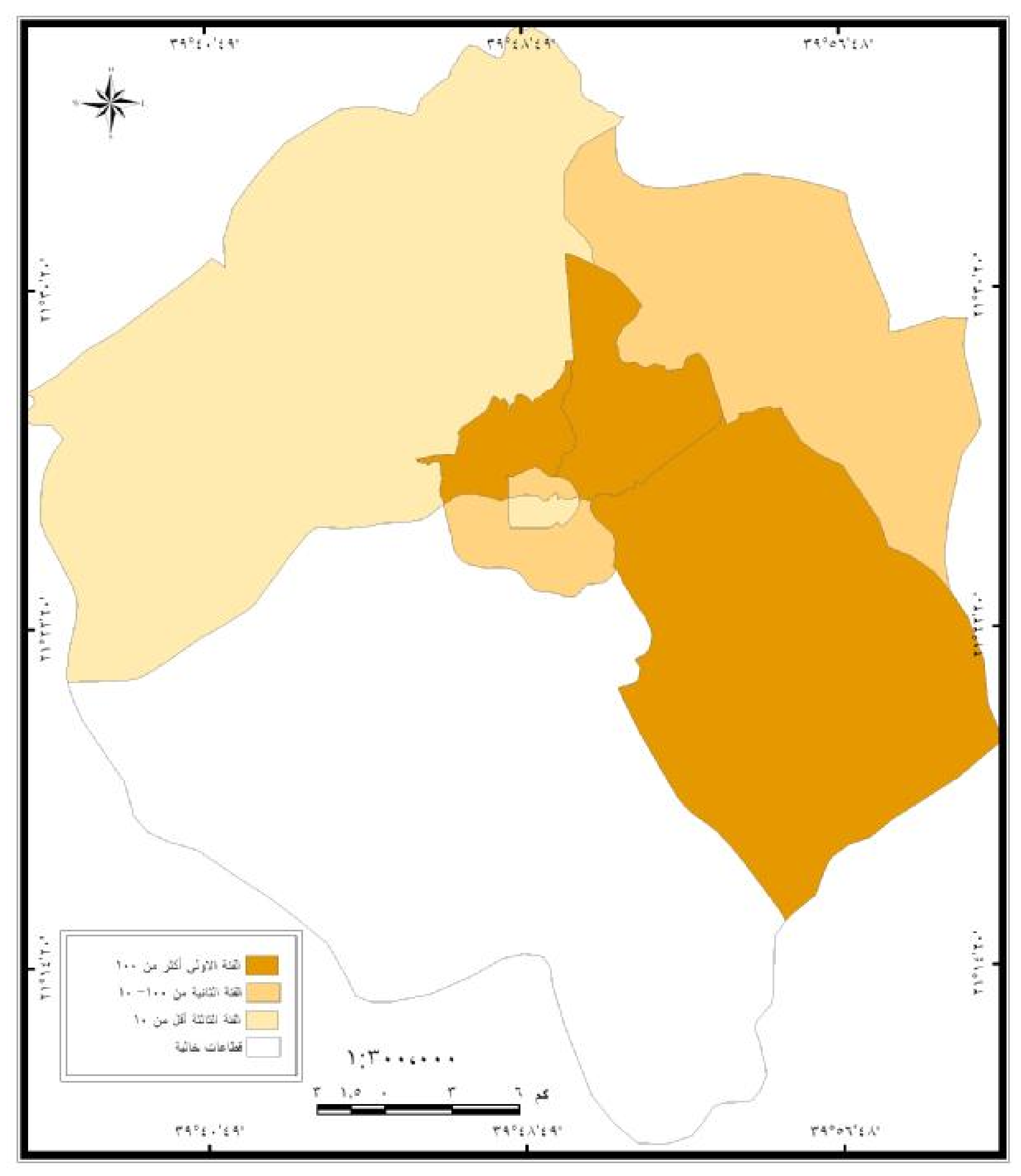
*الفئة الثالثة:قطاعات تراوحت نسبة تركزها من(أقل من ١٠ في ١٠٠كم٢): والتي لا تمثـــل ســـوى ١١% من قطاعات المدينة، وهو قطاع العمرة، والذي يعد من أقلها في نسبة التركز، الأمر الذي يعود إلى ارتباطها بشوارع قصيرة وبنطاق محدود منه، حيث تزداد سرعة المركبات كلما ابتعدنا عن المنطقـــة الانتقالية المزدحمة، مما يقلل من فرص التوقف والالتفاف، وبالتالي تقل فرص التسوق من المحلات الواقعة على هذه الطرق، ولهذا نجد أن المنطقة المركزية تطرد والمنطقة الهامشية تكبح توزع محلاتها، مما أوقعهـــا ضمن المنطقة الانتقالية، ودليل ذلك نسب تركزها فيها.

*الفئة الرابعة: قطاعات خلت من محلات الأسواق الشريطية وهو قطاع واحد فقط يعرف بالشـــوقية، وقد جمعت الفئة الثانية والثالثة والرابعة من القطاعات، التي يزداد فيها متوسط التباعـــد وازداد فيهـــا تخلخل التوزيع أو خلا منها، ويمكن تمثيل هذه الفئات من خلال الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل (٣-٢١) نلاحظ تطابقاً تاماً مابين هذا الشكل والشكل رقـــم (٣-١٩) إذ يمثلان وجهين لعملة واحدة، وقياساً بالمساحة المعيارية من المعمور من المدينة نجد أن الأسواق الشريطية قد كانت أكثر انتشاراً وامتداداً في قطاعات الانتقال المحيط بقطاعات القلب إحاطة السوار بالمعيصـــم، والهامش في جنوب غرب مركز المدينة، وهي العزيزية والمسفلة والعتيبية والمعابدة، الأمر الذي يثبـــت تركز التوزيع لمحلات الأسواق الشريطية فيها، وهي أيضاً أقل القطاعات في قيم متوسط التباعد، ما عدا أجياد والغزة التي ظهرت في فئة أقل تركزاً نتيجة تدني الكتلة العمرانية فيها، والمعتمدة على النمو الرأسي أكثر من الأفقي، وهي القطاعات التي تقع ضمن القطاعات العشوائية، والتي بدأ ظهورها قبل اكتشاف البترول وخلال الطفرة الاقتصادية السريعة في بداية السبعينات ١٣٧٠-١٤٠٠هـــ، مما أكسبها طابع التكتل العمراني والسكاني، فما مدى توافق هذه الدرجات مع درجة تركز الأسواق المركزية؟ يمكـــن الإجابة على هذا التساؤل من خلال الجدول التالي:

شكل رقم (٣-٢١)

كفاية القطاعات من محلات الأسواق الشريطية في مساحة معيارية ١٠٠كم٢



المصدر: الباحثة اعتماداً بيانات أمانة العاصمة المقدسة ١٤٢٨هـ، العمل الميداني ١٤٢٨هـ

جدول رقم(٣-١٦)

كفاية القطاعات من الأسواق المركزية في مساحة معيارية ١٠٠كم٢

القطاع	المساحة المعمورة بكم٢ س	عدد الأسواق المركزية م	س× م	س×م / ح
العمرة	٣١.٢٣٣	٣	٤٥	٠.٤٥
الشوقية	٢٦.٨٠٦	١	١٥	٠.١٥
الشرائع	٢٢.٨٢	٣	٤٥	٠.٤٥
العزيزية	١٦.٦٧٢	٩	١٣٥	١.٣٥
المعابدة	١٢.٨٥٧	١١	١٦٥	١.٦٥
العتيبية	١٠.٩٠٢	١٠	١٥٠	١.٥٠
المسفلة	١٠.٥٤٩	٤	٦٠	٠.٦٠
أجياد	٢.٨١٤	-	-	-
الغزة	٢.٣٣٢	-	-	-

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات أمانة العاصمة المقدسة ١٤٢٨هـ، العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل جدول(٣-١٦) يمكن تقسيم القطاعات إلى فئات على النحو التالي:

***الفئة الأولى**: قطاعات بلغت نسبة تركز الأسواق المركزية فيها (أكثر من ١ في ١٠٠كم٢): وتمثل هذه الفئة ثلث قطاعات المدينة، ونسبتها ٣٣% من القطاعات، وهي المعابدة والعزيزية والعتيبية، والتي تعد من أعلى قطاعات المدينة تركزاً، فقد استحوذت وحدها على ٧٣%من أسواق المدينة، وهي من القطاعات التي تضم مساحات كبيرة من المنطقة الانتقالية بالمدينة، مما يعني تفرد هذه القطاعات بظروف مكانية وبشرية خاصة، منحتها دون غيرها هذه الجاذبية القوية للأسواق المركزية بالمدينة، وهي بذلك تشكل بقعاً متركزة في الجهة الشمالية الشرقية من مركز المدينة، والجنوبية الغربية الشرقية من الكتلة العمرانية لها، حيث امتازت هاتان الجهتان بتوفر نقاط صناعية وطرق مركزية الموقع وخدمات مصرفية إلى جانب تمتع هذه الجهات بتكرر موجات بشرية خلال العام نتيجة كثافة الخدمات الفندقية والسكنية، بالتالي ضمان أعلى درجات الربحية وعلى مدار العام، حيث جمعت موارد الإنتاج من عمالة ومصانع مع عناصر التصريف والاستهلاك من أسواق وسكان، مما يظهر تأثير تضافر عدة عوامل موقعيه وسكانية وأرضية وسياسية وصناعية وتجارية، شكلت هذه البؤر النشطة بهذه القطاعات، وهي في ذلك تتطابق مع الأسواق الشريطية في تركزاتها العالية بنفس القطاعات ماعدا المسفلة.

***الفئة الثانية**: قطاعات بلغت نسبة تركز الأسواق المركزية بها(أقل من ١ في ١٠٠كم٢): وهي القطاعات التي تعيش الحاجة والعجز للأسواق ولمساحات واسعة، وتبلغ نسبة هذه القطاعات ٤٤% من قطاعات المدينة، وهي العمرة والشوقية والشرائع والمسفلة، وهي تضم قطاعات هامشية وانتقالية، وتمتد ناحية الجهة الشمالية والشمالية الشرقية للكتلة العمرانية، وجنوب مركز المدينة، الأمر الذي يشير

إلى وجود عوامل جذب للأسواق المركزية نحو هذه القطاعات، وإن كانت أقل تأثيراً من سابقتها في الفئة الأولى، إلا أنها تتمتع بأحجام سكانية كبيرة وبنمو عمراني سريع وطرق إقليمية تربطها بأقاليم زراعية ورعوية، قلص بشكل واضح من فعالية عواملها الأخرى وأضعف أهميتها.

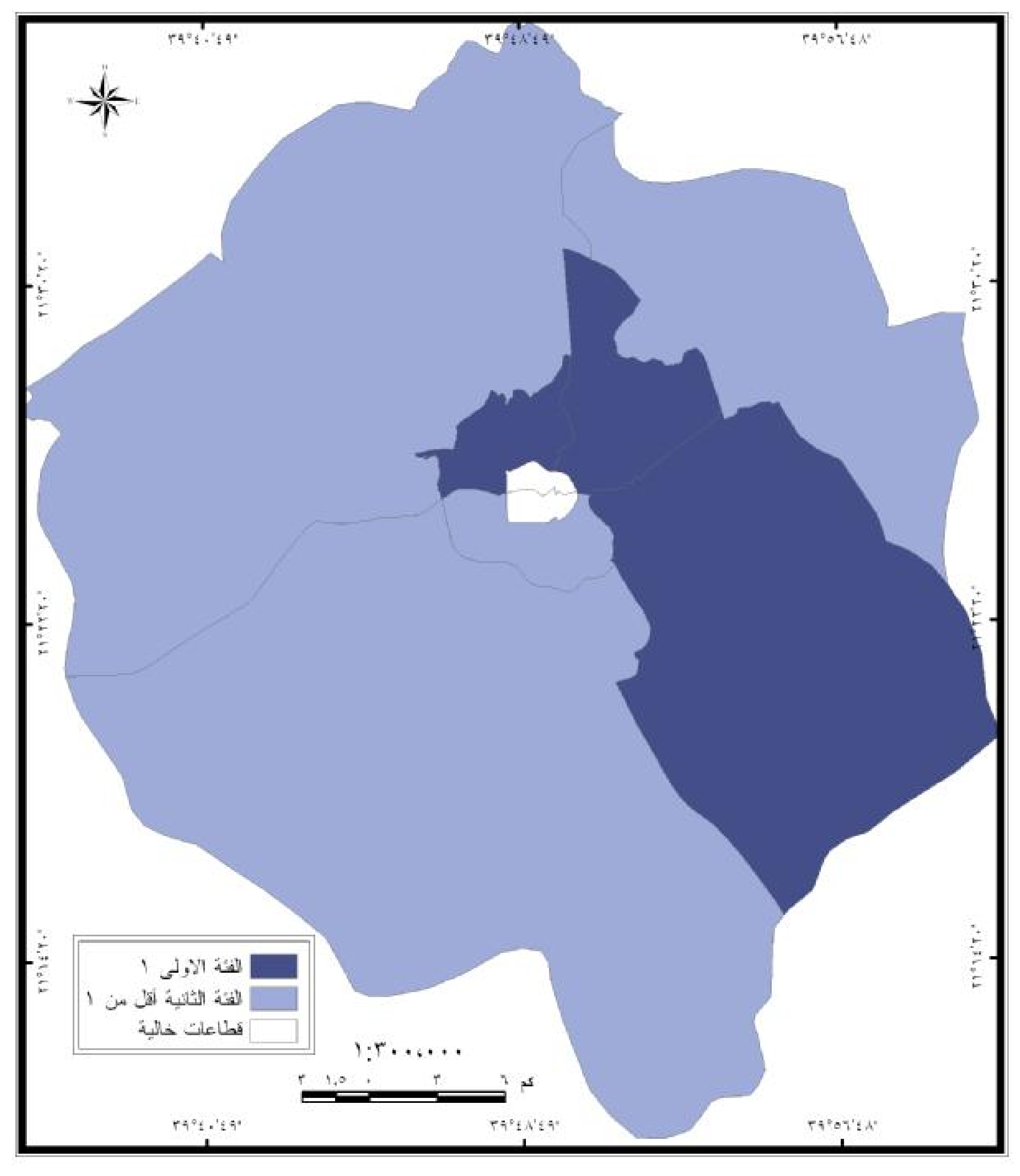
*__الفئة الثالثة__:قطاعات خلت من الأسواق المركزية تماماً، وتمثل ٢٢% فقط من قطاعات المدينة، هما قطاعا الغزة وأجياد، وهي فجوات نقص طبيعية لهذا النوع من الأسواق؛ إذ تحرص على استغلال كل جزء منها لخدمة الوظيفة الرئيسية بالمدينة، لما تتطلبه الوظيفة الدينية لتوفير الاستخدامات السكنية كحاجة ملحة، تكون بها أقدر على طرد شريكتها -الاستخدامات التجارية- المتطلبة لمساحة كبيرة خارج نطاقها، والتي في الوقت نفسه تتطلب الكثير من المواصفات لتحقيق أهدافها الاقتصادية، من سهولة في الاتصال وتوفر المواقف للسيارات والمستودعات ومراكز التشغيل والصيانة... ، وهي جوانب مهمة تعجز المنطقة المركزية عن توفيرها لها، ولذلك خطت الأسواق المركزية القديمة للخروج منها والابتعاد نحو الأطراف، وهو التغير الواضح في الفترة الراهنة للمدينة، وهذا تأثير غير مباشر للنمو العمراني الحديث. ويمكن تتبع توزيع هذا الفئات من خلال الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل(٣-٢٢) نلاحظ أن أشد القطاعات تركزاً بالأسواق المركزية هي العتيبية والمعابدة والعزيزية الواقع في شمال وجنوب شرق القلب، وهي القطاعات التي تقلص فيها التباعد بين أسواقها ، وزاد التركز بها، وهو يؤكد تركزها حتى ضمن المنطقة المعمورة وفي المساحة المعياري، في حين خلت قطاعات القلب تماماً من تواجد الأسواق المركزية نتيجة تقلص الظروف المكانية والبشرية المناسبة لإقامة الأسواق بها، وهي المناطق التي اختلفت فيها الأسواق المركزية عن محلات توزع الأسواق الشريطية.وبشكل عام فإن محلات الأسواق الشريطية كانت أشد تركزا في ٤٤% من قطاعات المدينة- أكثر من ١٠٠محل لكل ١٠٠كم٢-بينما تركزت المركزية في ٣٣% -١سوق لكل١٠٠كم٢.

ويتضح من العرض السابق أن هناك تفاوتاً بين القطاعات في كفايتها من الأسواق الشريطية والمركزية، قياساً على المساحة المنتظمة، وهي فكرة مبسطة تشير إلى عجز نقاط الأسواق المركزية وامتدادات الأسواق الشريطية عن تغطية المساحة المعمورة بحسب المساحة المعيارية، وبعبارة أدق طول رحلة التسوق بين نقاط فائض الأسواق ونقاط الحاجة لها، وهذا يبرز قوة عنصر المسافة في تشكيل النظام السوقي، وهو أساس الفصل بين المواقع، والمؤثرة على حركات الانسياب والاتصال للناس والبضائع تحت مفهوم التفاعل المكاني Spatial Interaction (الجار الله ، ١٤٢٠هـ، ص٣٤) جوهر البحث الجغرافي، والذي يمكن دراسة مستواه وقوته على ضوء تحليل مواقع الظاهرة الجغرافية المبحوثة.

شكل(٣-٢٢)

كفاية القطاعات من الأسواق المركزية في مساحة معيارية١٠٠كم٢



المصدر: الباحثة اعتماداً بيانات أمانة العاصمة المقدسة ١٤٢٨هـ، العمل الميداني ١٤٢٨هـ

٣-٤ تحليل نمط توزيع محلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزي:

ولتحليل نمط توزع محلات الأسواق الشريطية التي اتخذت الشكل الخطي؛ والتي يصعب دراسة نمط توزيعها بالجار الأقرب، والمرتكز على طول المسافة بين النقاط، والذي يصعب اعتماده لدراسة نمط توزيع محلات الأسواق الشريطية المتلاصقة بمحاذاة الطريق؛ لذلك اتجهت الدراسة لاعتماد أسلوب إحصائي آخر يعرف بتحليل كيرنل الأقدر على قياس اتجاهات التوزيع دراسة النقاط المشكلة للشكل الخطي.

أولاً:تحليل كرنل kernel :

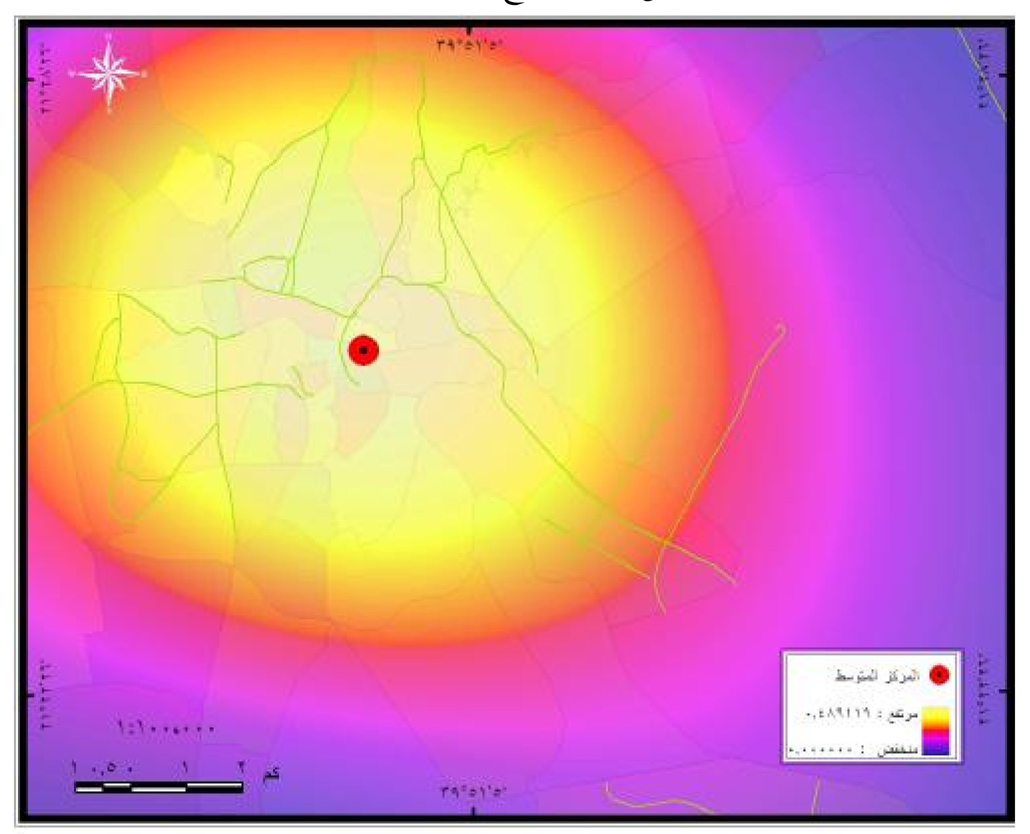
المعني بتحليل الكثافة المكانية Spatial Analyst Density ، ويعد أحد التحليلات التي تساعد أصحاب القرار في الكشف عن مناطق شح الموارد أو تركزها، كتوزع كثافات النباتات والمياه والحيوانات والسكان والمساكن والجرائم والأمراض، وهو جانب جوهري يبرز المعاول الجغرافية، التي شكلت هذا النمط من التوزيع، والذي ينوه لفاعلية هذا التحليل في تفسير نمط التوزيع وإبراز نواة الكثافة التي يرتكز حولها التوزيع وقيمتها صفر، وكلما ازدادت المسافة من نواة التوزيع نحو حد دائرة التوزيع؛ علت قيمة السطح الممتد والمغطي لنقاط التوزيع، وتظهر النواة kernel (الدويكات وآخرون،٢٠٠٨م،ص٩٠٠) ولقد طبقت الدراسة هذا المؤشر اعتماداً على برنامجGIS. وأظهر لنا أن نمط توزع كثافة محلات الأسواق الشريطية قد اتخذ الشكل الدائري والملاحظ من خلال الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل(٣-٢٣) نلاحظ أن اتجاه توزيع الأسواق الشريطية قد امتد ليتخذ الشكل الدائري ليغطي مساحة الكثافة السوقية لمحلات الأسواق الشريطية، حيث علت قيمة كثافة النقاط في مركز الدائرة وظهرت النواة kernel (الشيخ، ١٤٢٩هـ، ص١٠)والتي انطلقت منها موجات التوزيع، والتي تمركز موقعها في منطقة الوسط بين حي الروضة من الشرق والسليمانية من الشمال والحجون من الغرب وشعب عامر وعلي من الجنوب، وهي من أقدم أحياء المدينة وأنشطها بالحركة السكانية والحضرية، في شرق المسجد الحرام مركز المدينة، وقد امتدت حلقتها لتشمل كافة أحياء منطقة القلب المركزي والمنطقة الانتقالية من الحيز الحضري، في حين أخذت الكثافة في التدني كلما اتجهنا نحو الأجزاء الجنوبية من الأحياء الهامشية للمدينة، وهي بذلك تضم قطاعي القلب المركزي الغزة وأجياد، ومساحات كبيرة من قطاعات المعابدة والعتيبية والمسفلة، ومساحة بسيطة من قطاع العزيزية.

وإذا ما حاولنا مطابقتها مع شكل(٣-٤) لنقطة الجذب المركزية، لوجدنا أن هذا الامتداد لنواة التركز قد امتد حوالي١٢كم من مركز المدينة، وهو أكثر امتداداً نحو جهات الشمال والشمال الغربي والشمال الشرقي من مركز المدينة الهندسي، فالاتجاه العام للأسواق الشريطية كان من القلب المركزي نحو الجهة الجنوبية الشرقية بمسافات أطول من باقي الاتجاهات، لتمتد موجاته حتى أطراف المنطقة الانتقالية للمدينة نحو هذا الاتجاه، فهي من الظواهر الخطية التي تأخذ شكل المحاور أو الشبكات Networks، إذ يتركز محور اهتمامهم بأطوالها والحركة التي تتم عليها، والتدفقات التي تشهدها سواء في مجال المبادلات الاقتصادية أو

شكل(٣-٢٣)

هالة كيرنل لنمط توزيع محلات الأسواق الشريطية



المصدر:الباحثة اعتماداً على برنامج GIS

انتقال الأفراد والبضائع والأفكار، ودورها في عمليات الانتشار المكاني Spatial Diffusionمما يعـــني وجود عوامل قوية حصرت انتشارها ضمن هذه الهالة المكانية، وهي دلالة واضحة للتقارب الشـــديد بينها، بينما كانت المسافات الفاصلة بين الأسواق المركزية أطول منها، لذلك فمن السهل تطبيق تحليل الجار الأقرب بدراسة نمط توزيعها.

ثانياً:تحليل الجار الأقرب Neighbor Analysis :

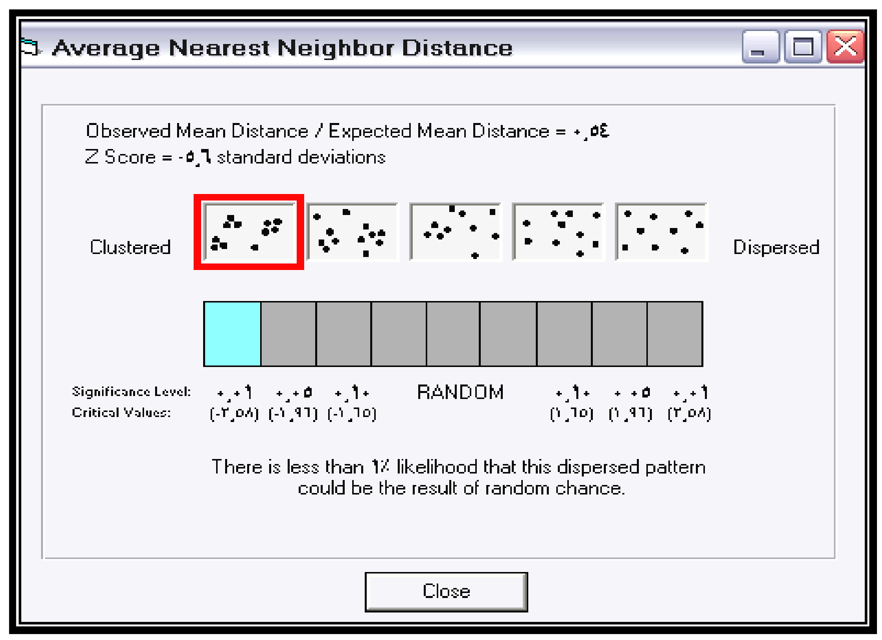
يمكن اعتماد المسافة كأساس لتحليل نمط التوزيع من خلال الجار الأقرب، وبتطبيق هذا المؤشر على الأسواق المركزية بالمدينة، واعتماد المسافات بين النقاط أظهر البرنامج قيمة مؤشر الجار الأقرب الـــذي بلغ ٠.٥٤ كما في الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل رقم(٣-٢٤) نلاحظ أن برنامج النظم قد أظهر نتيجة تحليل الجار الأقرب مصنفاً لنمط توزيع الأسواق المركزية بالمتجمع بقدر بعد القيمة عن الواحد(التوزيع العشـــوائي)، ممـــا يقضي بوجود عوامل وقوى مكانية وبشرية، أسهمت في إيجاد هذا التكتل في توزيع نقاط الأسواق وأن توزيعها لم يأتِ تبعاً للصدفة والحظ، ولفحص معنوية هذه النتيجة وللتأكد من صحة الاستنتاج نلاحظ أن قيمة ز ٥.٦، قيمة أكبر من قيمة صلة الجوار المحسوبة، وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠١ ،وهذا يعني أن هذا التوزيع المتجمع بمسافات فاصلة غير منتظمة بعيد عن النمط العشوائي وبنسبة خطأ ١% أي أن فرضية وجود قوى وعوامل قوية تقف خلف هذا التوزيع مؤكدة بنسبة ٩٩% (الراشد، ١٤١٣هـــ، ص٣٩) أسهمت في إيجادها بمواقعها الحالية، والتي بتجمعها في مناطق محدودة تشكل عناقيد clusters يعلو فيها التركز النقطي للظاهرة وهي أحد الأوجه التي يعني بها الجغرافيون في دراسة التوزيع.

إذ تعد هذه المساحة نظاماً جغرافياً؛ تأثر بالعناصر المكانية والبشرية وغذتها الشرايين الشبكية بينها، وتمخض عنها نظام سوقي ديناميكي متباين في حالاته على سطح اللاندسكيب، والذي يعكس مـــدى غنى هذه البقعة من المدينة بمقومات النشاط الاقتصادي، الذي نمى منذ القدم وتشعبت فروعه عبر مراحل النمو للمدينة، والذي يزداد نشاطه تبعاً لتزايد الأسواق في نسيج المدينة؛ لذلك كان من المناسب دراسة أهم العوامل الجغرافية المؤثرة في التوزيع من خلال الفصل التالي، لمحاولة الوقوف على أكثرهـــا فعاليـــة لتشكيل هذه الأنماط من التوزيع، الأمر الذي يمكن من خلاله التنبؤ بالاتجاه الذي ستسلكه الظاهرة في المستقبل، إذا ما سار النظام في الاتجاهات ذاتها، دون أن تعتريها أي قفزات أو عقبات جديدة تغير من مسارها الحالي.

شكل رقم(٣-٢٤)

تحليل الجار الأقرب لنمط توزيع الأسواق المركزية



المصدر: الباحثة من العمل على البرنامج GIS

الفصل الرابع

العوامل الجغرافية المؤثرة على توزيع أسواق مدينة مكة المكرمة

- العوامل الطبيعية للموضع
- الطرق
- أوضاع السكان: نمواً وتركيباً وتوزيعاً
- مراحل النمو العمراني
- كثافة الأسواق المنافسة
- نمط استخدامات الأراضي
- السياسات الحكومية

العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع الأسواق

إن للإنتاج البشري ثلاثة أنماط يمكن تمييزها: أولها الإنتاج الأولي المعتمد على الخام كالإنتاج الزراعي والغابي والبحري والتعديني، أما الثاني فهو الإنتاج الثانوي المعتمد على التشييد والتصنيع، أما الثالث فهو إنتاج الأنشطة والخدمات من تجارة التجزئة والنقل ومختلف خدمات القوى العاملة، أما الخطوة التالية للإنتاج فهي التبادل، والذي يقتضي تغيير ملكية السلع بالجملة أو التجزئة، فالمواقع الحضرية الآهلة بالسكان هي التي تلعب دور الوسيط بين المنتج والمستهلك في الأسواق.

ولقد اختلف منظور الاقتصاديين عن الجغرافيين الاقتصاديين في درجة تأثير المسافة على النطاق الحضري، إذ تهتم الفئة الأولى بتأثير الزمن كمتغير ذي دلالة أكثر من المسافة، في حين ترى الفئة الثانية عمق تأثير المسافة المشغولة والمكان بالدرجة الأولى، الأمر الذي يساعد على فهم الحقائق المكانية الملموسة بالدراسة أكثر (محمد،١٤١٢هـ،ص٢٤-٢٥) هذه الحقائق المكانية تتباين في طبيعتها بتباين العوامل الجغرافية المؤثرة في محيطها، سواء أكانت طبيعية أو بشرية، وهي تعمل كمعاول أو موجهات ديناميكية تؤثر في طبيعة الظاهرة وتوزعها المكاني، وهي بذلك تعطي تفسيرات لنشأتها ونموها ومدى استمرارها مستقبلاً، من هذا المنطلق سيبحث هذا الفصل في دراسة العوامل التي أثرت على توزيع أسواق مكة المكرمة، وشكلت نمطها التوزيعي، والذي يمكن من خلاله تفسير مدى تأثيرها سلباً أو إيجاباً على ظاهرة الأسواق محل الدراسة، وستدرج دراستها على النحو التالي:البيئة الطبيعية للموضع والطرق وأوضاع السكان وأشكال نمو العمران وكثافة الأسواق المنافسة واستخدامات الأرض بالمدينة والسياسات الحكومية.

٤-١ البيئة الطبيعية للموضع:

لقد كان اختيار موقع مدينة مكة المكرمة خاضعاً للإرادة الإلهية وحدها، في منطقة لا تشقها الأنهار ولا تقع على ممرات مائية عالمية، ولا على مراكز تحكم جغرافية، كما هو الحال لدى معظم المراكز العمرانية التاريخية، وهي مع ذلك واد غير ذي زرع وذو مياه قليلة وبيئة طبيعية صعبة، يلتقي عندها سهل تهامة الساحلي بجبال السروات الدنيا؛ في نقطة محورية Pivot بين مدينة جدة غرباً والطائف شرقاً والجموم شمالاً والليث جنوباً، كما ترتبط مكانياً بالمناطق والتجمعات الرئيسية بالمملكة من خلال شبكة من الطرق السريعةHighway، حيث ترتبط بالمدينة المنورة بطريق مكة/المدينة السريع بطول٤٢٧كم، وبمدينة الرياض عاصمة المملكة من خلال طريق سريع طوله حوالي٨٨٠كم،إضافة إلى ارتباطها بمدينة الطائف بطريقي الهدا ٨٠كم وطرق السيل بطول٨٨كم،كما ترتبط بمدينة جدة من خلال طريق مكة/جدة السريع والطريق القديم بطول٧٢كم (الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ،ص٢٩) وهي بمثابة شرايين تغذي جسد التجارة المكية، كما أنها تشكل منعطفاً قوياً في تعزيز الروابط الوظيفية والإنتاجية بين المناطق الإدارية في المملكة، وهي القلب Core الذي تصب فيه كامل محاور الشمال والجنوب والوسط، مثل محور الطائف – مكة– جدة – ينبع – المدينة ومحور جدة – مكة – الطائف– الباحة– أبها، وكذلك

محور جدة – مكة- جازان، وهي بذلك تربط مكة بمقومات طبيعية واجتماعيـــة وتاريخيـــة في إقليمهـــا، فالمنطقة ملتقى للطرق الهامة التي تربط المملكة بالدول الأخرى والمملكة ببعضها، ويتوافر حولهـــا منافـــذ الاتصال الخارجي من موانئ بحرية أو أقاليم زراعية وأخرى صناعية، توجد تفاعلاً بين حاجة مكة وفائض أقاليمها المحيطة بها، نقلاً عن (http://arch.arab.eng.org/news)

ومن المعروف أن البيئة الطبيعية مسرح للإنسان يبني فيها حضارته، والحضارة هي كل منجزاتـــه الـــتي تقودنا لمعرفة اتجاهاته وفنونه وأساليبه ومعتقداته، والحضارة كالطبيعة فكليهما عامـــل مـــؤثر في النشـــاط الاقتصادي للإنسان، لذلك تعد البيئة الطبيعية من أولى العوامل الجغرافية المؤثرة في تشكيل الظواهر الجغرافية، ومن أولى أسسها الموقع، وإذا ما تتبعنا موقع مدينة مكة المكرمة – منطقة الدراسة- نجد أنها تقع بين خطي عرض َ20 ْ21 وْ21 َ30 شمالاً وخطي طول ْ39 َ45 ،٠٠وْ40شرقاً، وهو موقع متوســـط محـــوري في منطقة من أعقد الأقاليم الطبيعية بالمملكة العربية السعودية، والذي يعد موقعاً عقدياً يقع في أول ممر طبيعي يصل سهول تهامة على البحر الأحمر بوسط شبه الجزيرة العربية، ألا وهو وادي اليمانية – مر الظهـــران- ليربط بين جبال السروات وأولى مداخلها من الجنوب، ولا يمكن تجاهل أهمية مواقع المدن في نقاط تلاقـــي الطرق (الثمالي، ١٤١٦هـــ،ص١٩)

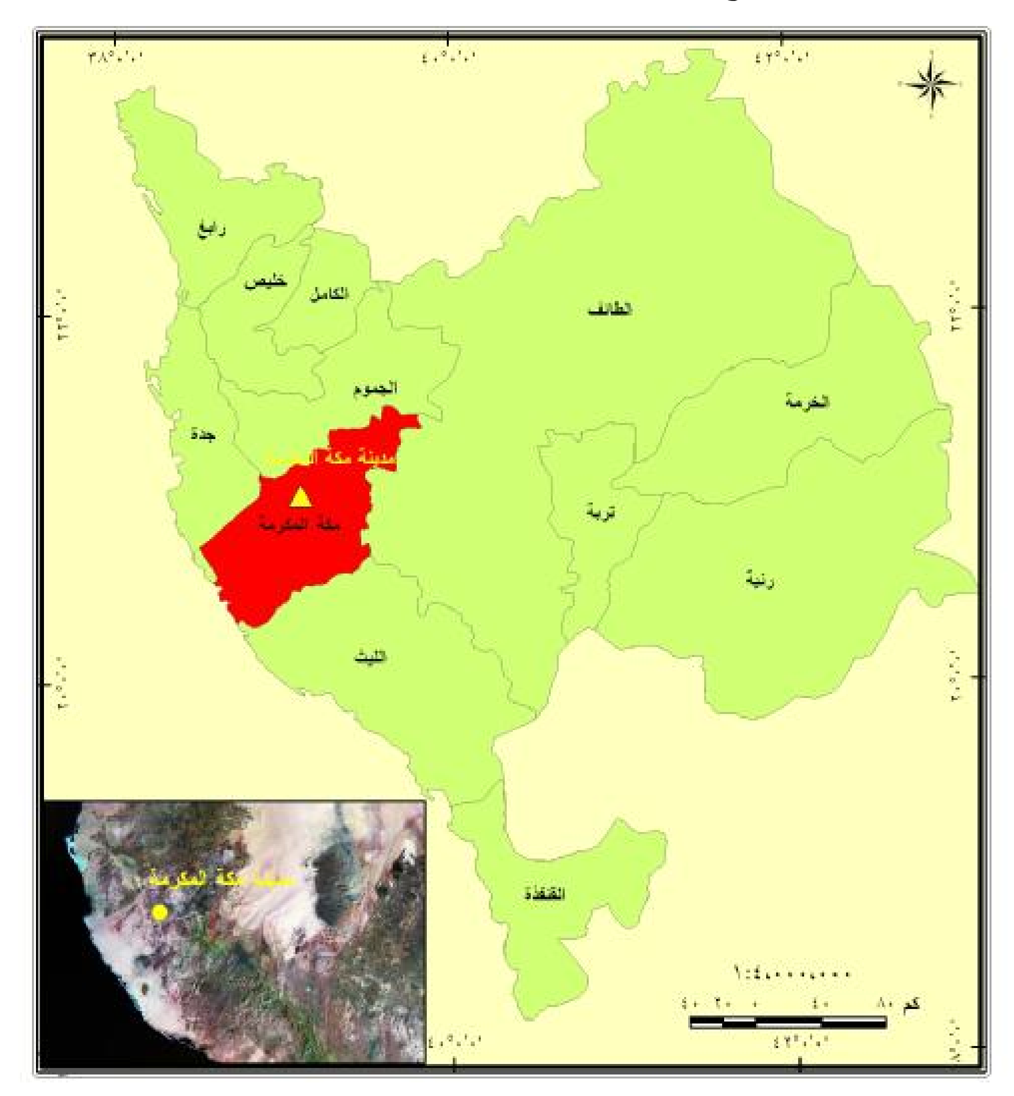
ومن خلال تحليل الشكل (٤-١) نلاحظ أن محافظة مكة المكرمة تمتد لتغطي مساحة واسعة تقدر بـــ ٣١.٥% من منطقة مكة المكرمة، وتقع غرب منطقة مكة، تحدها محافظة الجمـــوم شمالاً ومحافظة الليث جنوباً، ومن محافظة الطائف شرقاً إلى محافـــظة جـــدة غرباً. (الجابري، ١٤٢٥هـــ، ص١٤٤) وهو موقع يمتاز بمركزية الاتصال بالموانئ والمدن الداخلية، حتى أصبحت تجمع مختلف المنتجات الزراعية والصناعية والمستوردة من الأقاليم المجاورة، من اليمن والهند وغيرها من الحضارات قديماً.

ومن خلال تحليل خريطة طبوغرافية لمدينة مكة المكرمة ومقياسها ١:٣٠٠.٠٠٠ نجد أن مدينة مكـــة المكرمة يتوسط موضعها في منطقة انتقالية بين جبال السروات شرقاً، وساحل البحر الأحمر غربـــاً، ويبلـــغ متوسط ارتفاعها بنحو ٣٠٠م فوق مستوى سطح البحر، ويتدرج ذلك الارتفاع حتى تبلغ أعلى منطقـــة (٢٠٠٠م) بمنطقة الطائف شرقاً، وهي منطقة انتقالية بين إقليمين تضاريسيين هما: الســـهل الســـاحلي في غربها، وهضبة الطائف في شرقها.

وقد اتخذت أشكال الجبال أشكالاً طولية على هيئة سلسلة متعددة الامتدادات والاتجاهات، ومن أبرزها جبل الطارقي ٩٨٣م، وجبل الأحدب٨٦٩م، وجبل خندمة٥٨٧م، بينما ينحى بعضها للشكلً الدائري نسبياً، مثل جبل ثور٧٥٥م وجبل النور ٦٤٢م، و هذا التباين في الارتفاعات ساهم بشكل كبير في إيجاد نمط الجبال المنعزلة عما جاورها، مبرزاً شكل القمم المنفردة لبعض الجبال مثل جبل النور وجبل السرد وجبل الضباع وجبل المريخية (نجيم، ١٤١٧هـــ، ص٦٢-١٤٤)

شكل رقم(٤ـ١)

موقع محافظة مكة المكرمة في منطقة مكة الإدارية



المصدر: هيئة المساحة الجيولوجية ١٤٢٧هـ

هذا وتعتبر التربة ثاني عناصر البيئة الطبيعية بعد المناخ من ناحية الأهمية في التأثير علي الحياة النباتية، والثروة الزراعية، ولكل نوع من أنواع الأراضي خصائص طبيعية وكيماوية وعضوية تؤثر في الإنتاج، ونظراً لفقر التربة وجفافها في مدينة مكة بشكل عام؛ فقد تنحى الإنتاج الزراعي في مناطق محدودة منها (الوليعي،١٤٢٤هـ،ص١٦٧)، ليرتقي النشاط التجاري لمرتبة أعلى يعتمد عليه الاقتصاد المكي بعد الوظيفة الدينية(الثمالي،١٤١٦هـ،ص١٩)

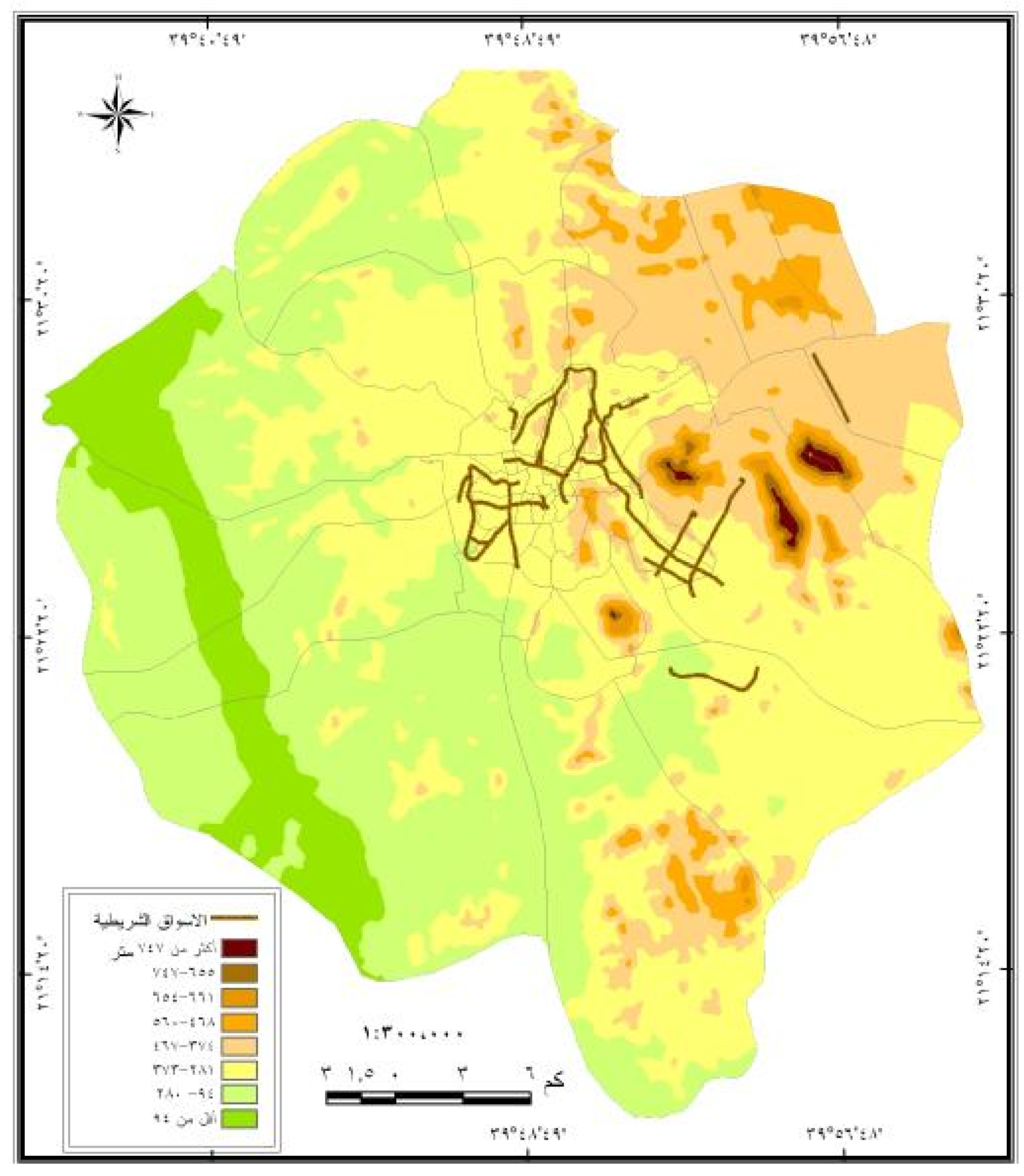
كما أثرت طبيعة تضاريس مدينة مكة المكرمة في تحديد أبرز معالم التركيبة البنائية العمراني، وأثرت على مواقع مشروعات الاستثمار التجاري، التي اتخذت من وادي إبراهيم نقطة تجارية مركزية لها، وفي مرحلة لاحقة بدأ النمو العمراني في الامتداد نحو السفوح الجبلية الأقل وعورة، ليزحف أخيراً على الأسطح الجبلية الأكثر وعورة؛ وتبدأ القيم الكنتورية المرتفعة قيمة اكيومينية متجاوزة للخط التضاريسي الحاكم على امتدادها، وهو ما يعكس مدى إمكانية تفاعل الإنسان مع بيئته، خاصة في ظل تطور خيارات التكنولوجيا، والتي أثرت بالتأكيد على تحديد مواقع الأسواق كما يظهره الشكل التالي:

ومن خلال تحليل الشكل (٤-٢) تظهر بصمة الهيمنة الحقيقية لتضاريس المدينة على المواقع التي اختارتها الأسواق الشريطية بصفة عامة، و نلاحظ أن الشوارع التجارية قد امتدت في وسط المدينة، وقد توزعت أكثر مواقع الأسواق الشريطية على مناسيب مابين٢٨١ - ٣٧٣متراً فوق سطح البحر بنسبة ٨٦%، في حين توزعت ٧% فقط على ارتفاع مابين ٣٧٤-٤٦٧م فوق مستوى سطح البحر، إلا أن اقترانها بتلك المواقع تأثر بالقرب من المسجد الحرام -نواة المدينة- الأمر الذي يعكس تأثراً بسيطاً بالتضاريس كان مقروناً بالطرق التي كانت أشد تأثيراً على توزيعات الأسواق، إذ خلت مناسيب أخرى أكثر استواء منها، ومع ذلك لم تتوزع بها الأسواق الشريطية، مما يشير إلى وجود تأثير نسبي وغير مباشر لطبوغرافية المدينة، حيث أثبت كيرنل امتدادها من منطقة المسجد الحرام بعيداً عن المركز المساحي، كما تظهر غلبة نمط الأسواق الشريطية القصيرة جداً، نتيجة لتضرس السطح وتعقد شعابه.

في حين أثرت طبيعة الأسواق المركزية المعتمدة على التخطيط-غالباً- في جعل نقاط توزيعها أكثر منطقية بين حنايا التضاريس، وهو جانب يمكن دراسته من خلال الشكل التالي:

شكل رقم(٤-٢)

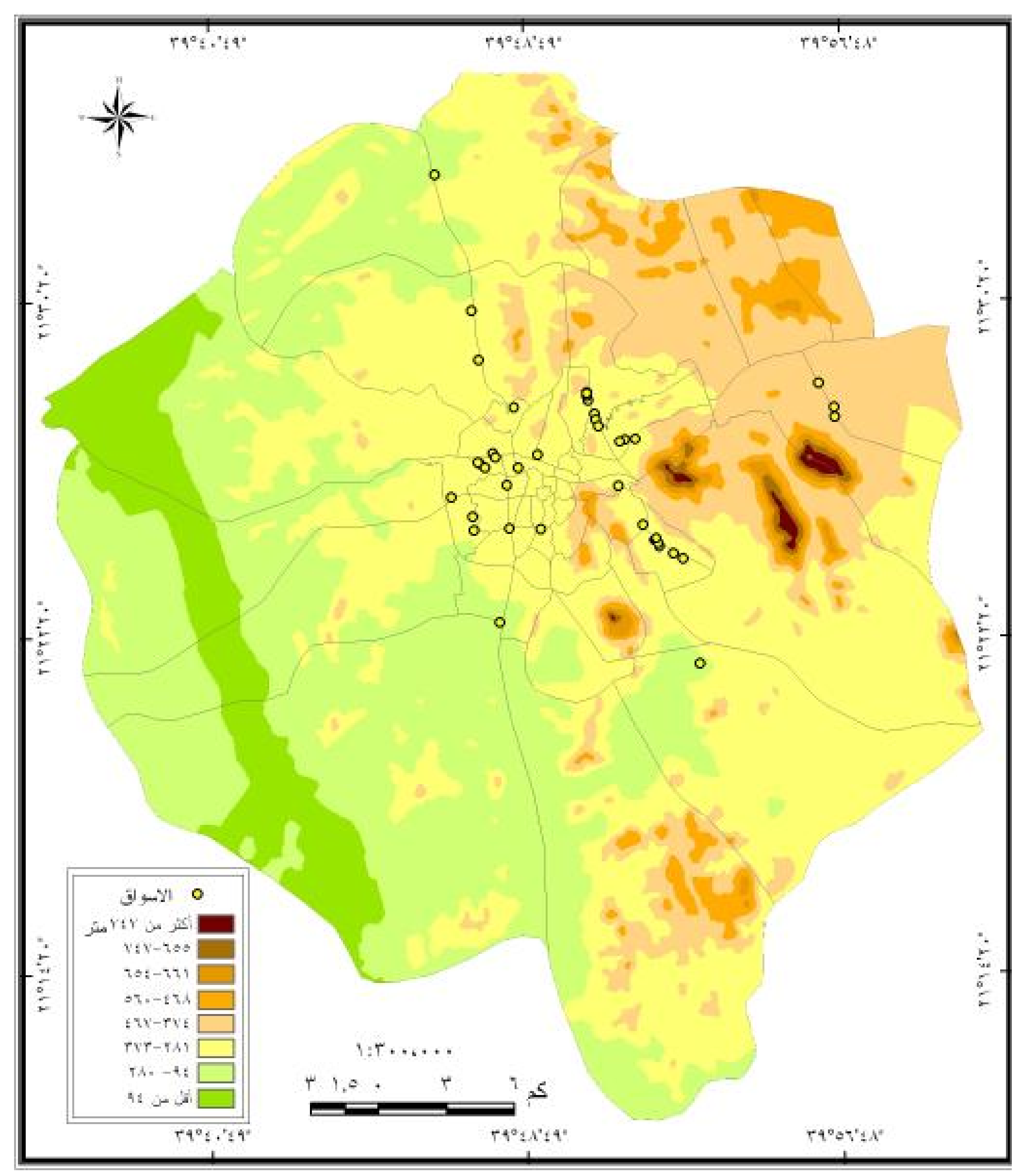
أثر التضاريس على توزيع الأسواق الشريطية



المصدر الباحثة اعتماداً على بيانات DEM

شكل رقم(٤-٣)

أثر التضاريس على توزيع الأسواق المركزية



المصدر الباحثة اعتماداً على بيانات DEM

من خلال تحليل الشكل(٤-٣) نلاحظ توزع الأسواق المركزية نحو الامتداد الطبيعي للمناطق المنبسطة، الأمر الذي تأثر بالطبيعة التضاريسية للمدينة وبصورة مباشرة على نمط توزع الأسواق، مما جعلها تعمل جاهدة للتمركز في المواقع الأكثر استواءً، والخالية من العوائق الطبيعية كالكتل الجبلية والسفوح المنحدرة والتلال المرتفعة أو المجاري والأودية الضيقة (الراشد، ١٤١٣هـ،ص٣٩)، حيث وقع ٢١% منها على مناطق منبسطة تراوحت مابين ٩٨-٢٨٠، أما النسبة الباقية ٧٩% فتوزعت على مناسيب متراوحة مابين٢٨١- ٤٦٧م، وقد ارتفعت نسبة المستثمرين الذين اهتموا باختيار مواقع مركزية تتلاءم وطبيعة السطح، فمن خلال استجابات بطاقة العمل الميداني (انظر ملحق٣) لوحظ تركز الأسواق بالأراضي المنبسطة التضاريس والمنخفضة المناسيب لإقامة السوق؛ وقد بلغت نسبة تلك الأسواق حوالي ٨٠% من مجموع الأسواق المركزية بالمدينة؛ الأمر الذي يكشف عن هيمنة العامل التضاريسي في التأثير على نمط توزع الأسواق المركزية، فهي تتسابق إلى الأراضي الأكثر انبساطاً واتساعاً والأقل وعورةً وضيقاً، ومن تلك الأسواق: مجمع الشرائع مول بحي الراشدية ومركز الرصيفة الدولي بحي الرصيفة، أما النسبة الباقية والتي لم تتحرى المواقع السهلية فقد بلغت نسبتها حوالي ١٧% ؛ وهي نسبة تعكس مدى هيمنة الإنسان وتفاعله مع بيئة المكان الطبيعية، وذلك بتسخير التطور التقني والآلي لاستصلاح المناطق الوعرة وجعلها أكثر سهولة وإن بدا تدني نسبة تأثرها والسيطرة عليها، ومن تلك الأسواق:الوطن مول بحي الضيافة ومركز درة الشهداء بحي الشهداء. الأمر الذي أكسبه خيارات أوسع للانتشار بين حنايا المدينة، فهي تحتاج إلى توفير مساحات لمواقف السيارات والمخازن ونقاط التشغيل، علاوة على مساحة السوق نفسه، حتى أصبحت مواقع الأسواق ترتبط بالمسالك والشوارع والأحياء الأكثر اتساعاً في الأراضي المنبسطة مثل: حي العزيزية وحي المرسلات وحي الجامعة، وتبتعد عن المناطق الوعرة، والتي تعاني من ضيق المسالك وصعوبات الوصول والاتصال مثل: حي الحمراء وحي كدي(الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ،ص٢٩-٣٠)

أيضاً من أبرز المتغيرات المكانية ذات العلاقة بطبوغرافية المدينة وبنمط توزيع الأسواق مساحة الحي الإجمالية، والتي تعد من أهم متغيرات الدراسة، والتي نعرضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم(٤-١)

مساحة الأحياء وما يقابلها من الأسواق

رقم	اسم الحي	المساحة الإجمالية بالهكتار	عدد الأسواق المركزية	عدد الأسواق الشريطية
١	ولي العهد	٢٠٠١٠.٦	٠	٠
٢	العكيشية	١٤٨٧٦.٥	٠	٠
٣	المشاعر	١١٩٣٩,٩	٠	٠
٤	السلامة	١٠٩٤٧.٥	٠	٠
٥	العوالي	٩٠٦٧.٦	١	٢٤٦
٦	الحمراء و أم الجود	٨١٢٦.٢	٠	١٦
٧	الملك فهد	٦٦٤٩.٤	٠	٠

٨	النوارية	٥٧٦٦.٨	٠	٠
٩	العمرة	٥٧١٧.٥	١	٠
١٠	البحيرات	٤٦٨٨.٥	٢	٠
١١	العسيلة	٤٢٤٠.٤	٠	٠
١٢	الخضراء	٣٤٦٣.٣	١	١١٤
١٣	الراشدية	٣٠٣١.٤	٢	١٧٧
١٤	الشرائع المجاهدين	٢٧٤٥.٤	٠	٠
١٥	الشرائع	٢٧٤٥.٤	٠	٠
١٦	التنعيم	٢٣٥٦.٤	٠	٠
١٧	وادي جليل	٢١٦٥.٩	١	١٢٩
١٨	بطحاء قريش	١٣٠٧.٩	٠	٠
١٩	الهجرة	٩٤٤.٣	٠	٠
٢٠	النسيم	٨١٩.٨	٠	٠
٢١	جبل النور	٧٠٦.٩	٢	٨٨
٢٢	العدل	٦٨٦.١	١	١٧
٢٣	الشوقية	٥٥٥.١	١	٠
٢٤	الجامعة	٥٢٤.٢	٦	٤١٨
٢٥	كدي	٥٢١.٦	٠	٠
٢٦	العزيزية	٤٥٤.١	١	٩٩
٢٧	الكعكية	٤٣٥.٩	٠	٠
٢٨	ريع ذاخر	٣٧٤.٦	٤	١٤٠
٢٩	الأندلس	٣٧٣.٨	١	٣٧٤
٣٠	الزاهر	٣٢٨.١	٠	٨٦
٣١	الرصيفة	٣٢٥.١	٢	٢٧٢
٣٢	النزهة	٣٠٦.٤	١	١٣٦
٣٣	المرسلات	٣٠١.٦	١	٢٣٠
٣٤	العتيبية	٢٨٥.٨	٠	٣٠٨
٣٥	الروابي	٢٧١.٩	٠	٠
٣٦	الخالدية	٢٦٢.١	١	٥٢
٣٧	الهنداوية	٢١٣.٨	٠	٣٣٩
٣٨	الروضة	٢١٣.٦	١	١٠٣
٣٩	التقوى	٢١١.٤	٠	٠
٤٠	الشهداء	٢٠٦.١	١	٤٧
٤١	المعابدة	١٩٢.٧	٠	٦١
٤٢	الخنساء	١٧١.٦	٢	٣٥٩
٤٣	الزهراء	١٥٣.٢	١	١٥٢
٤٤	جرهم	١١٦.٣	٠	٢١
٤٥	المسفلة	١١٣.٠	١	٠
٤٦	الحجون	١٠٢.٨	١	٨٨
٤٧	التيسير	٨٧.٨	٠	١٤٥
٤٨	الضيافة	٨٦.٢	٥	٢٣
٤٩	أجياد	٨٦.٢	٠	٠
٥٠	الطندباوي	٨٥.٦	٠	٤٧
٥١	جرول	٧٩.٠	٠	٦٠

٥٢	الجميزة	٧٠.٢	٠	٩١
٥٣	الشبيكة	٦٩.٢	٠	٠
٥٤	المنصور	٦٠.٩	٠	١٥٤
٥٥	شعب عامر	٥٩.٨	٠	٣١
٥٦	البيبان	٥٧.٥	٠	٦٠
٥٧	الهجلة	٥٤.٢	٠	٠
٥٨	السليمانية	٥١.٤	٠	١١٤
٥٩	الشامية	٣٤,١	٠	١٧٦
٦٠	القرارة والنقا	٣٤.٣	٠	٨١
الإجمالي		١٣٠٠١٢	٤١	٥٠٤٥

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات لهيئة العليا لتطوير مدينة مكة المكرمة١٤٢٤هـ، والعمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول يمكن وضع الأحياء في مجموعات بحسب تواجد الأسواق بها على النحو التالي:

*المجموعة الأولى: أحياء حازت على الأسواق الشريطية والمركزية معاً: والتي بلغت نسبتها٣٣% من الأحياء، وهي العوالي والخضراء والراشدية والضيافة ووادي جليل وجبل النور والعدل والجامعة والعزيزية وريع ذاخر والأندلس والرصيفة والنزهة والمرسلات والخالدية والروضة والخنساء والزهراء والحجون والشهداء، أي أن ما يقارب ثلث أحياء المدينة فقط، هي التي توزعت بها النوعين من الأسواق، وبالمقابل يعاني ثلثا أحياء المدينة من نقص الأسواق فيها أو انعدامها.

*المجموعة الثانية: أحياء توجد بها أسواق شريطية فقط: ونسبتها ٢٧%من أحياء المدينة، وهي القرارة والنقا والشامية والسليمانية والبيبان وشعب عامر والمنصور والجميزة وجرول والطندباوي والتيسير وجرهم والمعابدة والهنداوية والعتيبية والزاهر والحمراء وأم الجود، وهو خليط من القلب والانتقال والهامش، الأمر الذي يشير بكلتا يديه إلى قوة القيود المكانية المقننة لانتشار الأسواق الشريطية، كارتباطها بالطرق التجارية بالمدينة السارية خلال الأودية والشعاب، وارتباطها بالمباني السكنية الرأسية غالباً.

*المجموعة الثالثة: الأحياء التي تتواجد بها الأسواق المركزية فقط: ونسبتها ٧% فقط من أحياء المدينة، وهي المسفلة والشوقية والبحيرات والعمرة، وهي متباينة المواقع بين المركز والانتقال والهامش، وهذا يثبت جرأة الأسواق المركزية

وقدرتها على الانتشار بعيداً عن مركز المدينة أكثر من الأسواق الشريطية، دون ارتباطها بأحياء من نمط خاص.

*المجموعة الرابعة:الأحياء التي خلت من الأسواق الشريطية والمركزية:ونسبتها ٣٣%، وهي الهجلة والشبيكة وأجياد والتقوى والروابي والكعكية وكدي النسيم والهجرة وبطحاء قريش والتنعيم والشرائع وشرائع المجاهدين والعسيلة والنوارية والملك فهد والسلامة والمشاعر والعكيشية وولي العهد.

وهذا يشير إلى سلبية تأثير مساحات الأحياء الإجمالية على تواجد الأسواق بها، ولتحليل ذلك إحصائيا، اعتمدت الدراسة على معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة، خلال الجدول التالي:

جدول رقم(٤-٢)

معامل الارتباط بين مساحة الأحياء والأسواق الشريطية

		مساحة الحي الإجمالية	محلات الأسواق الشريطية
مساحة الحي الإجمالية	Pearson Correlation	١.٠٠٠	-.٢٤٥
	Sig. (١-tailed)	.	.٠٣٠
	N	٦٠	٦٠
محلات الأسواق الشريطية	Pearson Correlation	-.٢٤٥	١.٠٠٠
	Sig. (١-tailed)	.٠٣٠	.
	N	٦٠	٦٠

* Correlation is significant at the ٠.٠٥ level (١-tailed).

المصدر: الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ،والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول نجد أن قيم ارتباط بيرسون المحسوبة**٠.٢٤٥**- أصغر من القيمة النظرية**٠.٠٣٠**، الأمر الذي يثبت قبول فرض العدم ورفض الفرض البديل، القائل بعدم وجود علاقة حقيقية التأثير بين عدد الأسواق الشريطية ومساحة الحي الذي تقع فيه، وذلك بنسبة صدفة **٠.٠٥**%، وهذا ينفي الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة، وقد اتفقت معها الأسواق المركزية في ذات العلاقة كما أظهرها جدول العلاقة التالي:

جدول رقم (٤-٣)

معامل الارتباط بين مساحة الأحياء والأسواق المركزية

		مساحة الحي الإجمالية	الأسواق المركزية
مساحة الحي الإجمالية	Pearson Correlation	١.٠٠٠	-.١٥٨
	Sig. (١-tailed)	.	.١١٤
	N	٦٠	٦٠
الأسواق المركزية	Pearson Correlation	-.١٥٨	١.٠٠٠
	Sig. (١-tailed)	.١١٤	.
	N	٦٠	٦٠

المصدر: الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ والعمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول نلاحظ أن قيمة معامل ارتباط بيرسون المحسوبة أصغر من نظيرتها النظرية، مما يقضي بقبول فرض العدم ورفض الفرض البديل، القاضي بعدم وجود علاقة بين عدد الأسواق المركزية ومساحة الحي الذي تقع فيه، وهذا يشير إلى تجاهل التجار والمستثمرين لمساحة الحي عند اختيار مواقع أسواقهم، مما أوجد هذا النمط المتكتل من النقاط والخطوط في نطاق محدود من المدينة.

نخلص من هذا أن المناسيب السطحية وضفاف الأودية العميقة هي المناطق الجاذبة لتمركز الأسواق، يكون فيه الطريق محور وجودها، كل هذه المزايا المكانية تؤكد أهمية شبكة الطرق الحضرية والإقليمية في توزيع الأسواق، كأحد العوامل الجغرافية المهمة لتحقيق التفاعل المكاني.

٤-٢ الطرق:

لقد حاز النقل على أهمية كبيرة ارتبط فيها بطبيعة المكان، فالحركة هي نتاج علاقات مكانية، والطريق هو وسيلة لهذه العلاقات، والذي لا يخفى دوره في إثراء التنمية والتقدم الحضاري، بل ويلعب دوراً أساسياً في تنفيذ وإنجاح خطط التنمية الاقتصادية والتقدم فيه، ويشير إلى مدى النمو الاقتصادي والتقني الذي وصلت إليه الدولة، فكل إنجاز في تطوير شبكة الطرق يعني تسهيل حركة السكان وتزايد التفاعل والترابط المكاني بينهم وداخل الأقاليم (الحبسي، ١٤٢٥هـ، ص٣)

وكانت بدايات التطور تخطو خطواتها منذ خمسينات القرن الماضي، وقد كانت أقوى قفزاتها نحو التفرع لرتب وأطوال مخططة في تصميمها خلال العقد الأخير من نفس القرن، حيث أسهم ارتفاع معدل ملكية السيارات في سرعة تطورها، وقلص من تأثير بعد مسافات الرحلات اليومية بين أنحاء المدينة.

تعد المسافة عنصراً مهماً لفهم أي تنظيم مكاني –الأسواق- في الحيز الجغرافي، حيث اعتبرت الجغرافيا نفسها علم المسافة فالمسافة سواء أكانت مطلقة أم نسبية تشهد أنواعاً من التيارات والحركة والاتصال بين المواقع والأنشطة المختلفة بالمدينة محل الدراسة، وهذا ما يُعرف بالتفاعل المكاني، فالمسافة المطلقة هي عبارة عن الفاصل الطبيعي بين نقطتين، وتقاس بوحدة الكيلو أو الميل، أما المسافة النسبية فتقاس بالجهد أو المال أو الزمن اللازم لقطع هذه المسافة، وقد ساهم التقدم التقني في وسائل المواصلات في التقليل منها أو اختصارها، ولا أدل على ذلك من الأنفاق التي نفذت داخل كتلة المدينة واختزلت العديد من المسافات الطبيعية، وألغت في الوقت نفسه عائق التضرس والعزل بين الأحياء، حتى أصبح نظام الأنفاق حلقة وصل للنظام الإشعاعي المنبثق من مركز المدينة والدائري المحلق حول مركزها، ولا يمكن تجاهل دورها الفاعل في تيسير الحركة الإشعاعية والدائرية داخل المدينة.

وقد عملت أمانة العاصمة المقدسة على شق الطرق، وربط المتباعد منها بإنشاء ٤٤ نفقاً للسيارات و١٠ أنفاق للمشاة، تربط ما بين المسجد الحرام ومشعر منى وبين أحياء المدينة عامة، وتشكل في مجموعها العصب الرئيسي لشبكة الطرق الحديثة بالعاصمة المقدسة، حيث اخترقت الجبال وشكلت حلقات متسلسلة بين الأحياء، بلغت في مجملها ١٨ مجموعة ومنها: أنفاق الفيصلية وأنفاق طريق المشاة بالعزيزية وأنفاق طريق الملك عبد العزيز وأنفاق جسر الملك خالد وأنفاق طريق المشاة المعيصم...(الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ، ص٣٠) مما سهل الاتصال المباشر بين الأحياء التي كانت معزولة عن ما جاورها بسبب الجبال، وقد ساعد هذا بلا شك على سرعة انتشار الأسواق الشريطية والمركزية، خاصة في الأحياء التي احتلت حديثاً أطراف المدينة، وتكمن أهمية المسافة على التكلفة التي تتطلبها للوصول، والتي تؤخذ في اعتبار متخذي القرار، وتؤثر بالتالي في ترتيب التوزيع المكاني للأنشطة البشرية المختلفة، مما يؤدي إلى وجود قوى جاذبة تعمل على تجميع الأنشطة والسكان في مواقع محددة، وطردها من مناطق أخرى، حتى بات من الواضح أن اختيار موقع السوق الشريطي والمركزي ما هو إلا نقطة اختُيرت لتقليل المسافة والتكلفة إلى الحد

الأدنى(الجار الله، ١٤٢٠هـ، ص٣٤-٣٥) مما أوجد علاقة طردية بين توفر شبكات النقل والنشاط الاقتصادي، فكلما توافرت شبكات النقل ساعد ذلك على الاستغلال الاقتصادي الأمثل والعكس صحيح، لذا فهي دعامة مهمة في نجاح أو فشل النشاط التجاري (الحبسي، ١٤٢٥هـ، ص١٩-٢٠) ولذلك يعمل أصحاب الاستثمارات على دراسة دقيقة لحركة المرور في المنطقة التي يقع بها السوق والمناطق المجاورة له، فالموقع الذي تمر به المركبات بسرعة شديدة جداً أو بطيئة جداً لا يصلح أن تتركز عليه الأسواق، كما لابد من معرفة ساعات ذروة الحركة المرورية لتحديد أفضل المواقع، كما يأخذ المستثمرون في اعتبارهم تفضيل المتسوقين للأسواق كبيرة المساحة وقصيرة الرحلة التسوقية (الراشد، ١٤١٦هـ، ص١٨٥). الأمر الذي يتطلب دراسة أبرز سمات هيكل الشبكة النقلية بالمدينة.

من خلال تحليل شكل(٤-٥) نجد أن الطرق قد قسمت إلى خمسة أنواع وهي:

- **الطرق الإقليمية:**

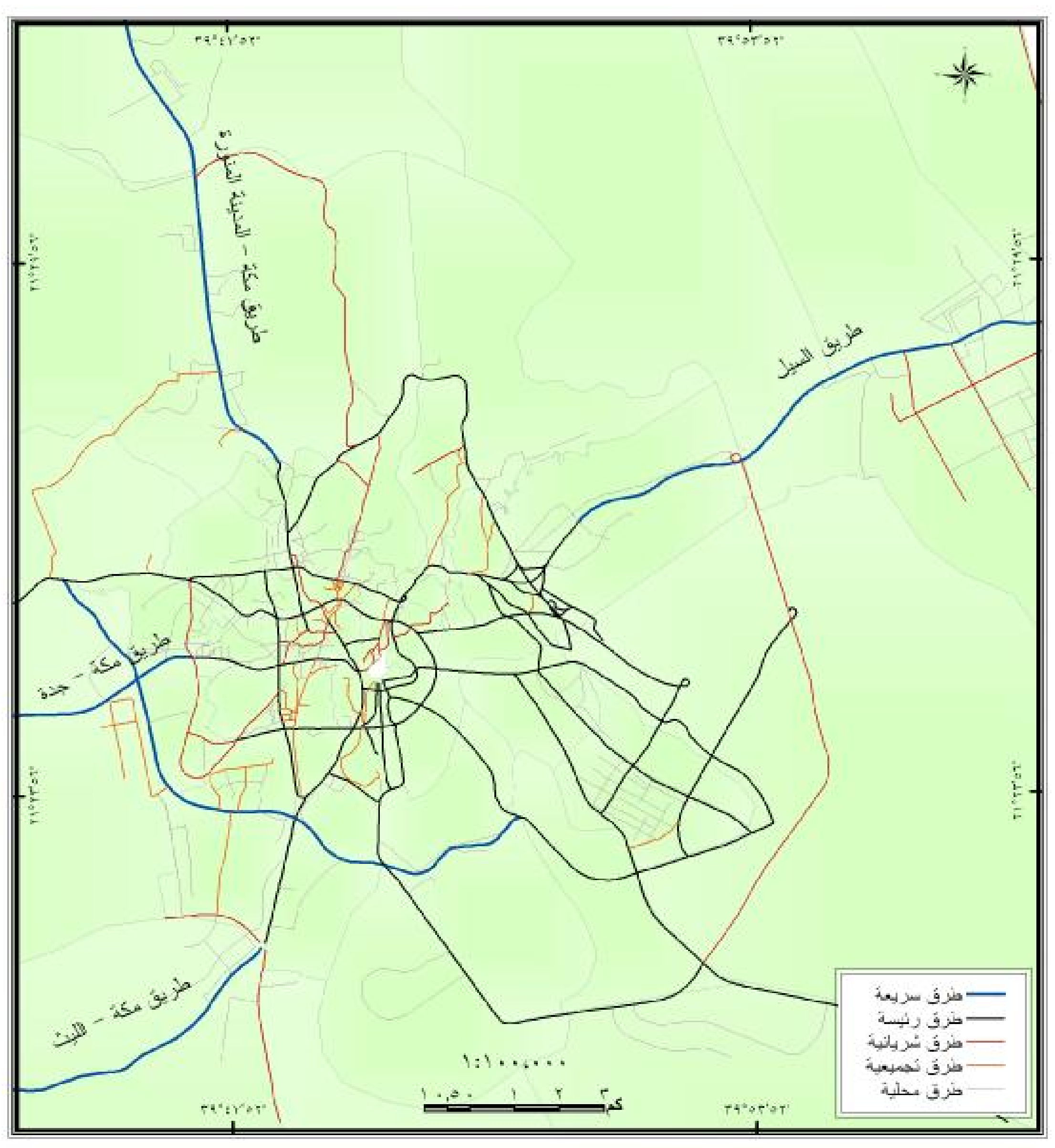
لقد أتاح الدور الوظيفي لمدينة مكة المكرمة لجعلها أكثر ارتباطاً بشبكة الطرق الوطنية والدولية على حد سواء، وذلك من خلال ستة مداخل برية، يبلغ متوسط عرضها ٤٨م (الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ،ص٢٩) وقد سهلت هذه الطرق الاتصال والانتقال بين مدن المملكة ومدينة مكة المكرمة، إذ تأتي بالبضائع والسلع من نقاط توزيع الفائض المجاور، كالطائف الزراعية وجدة الصناعي نحو مدينة مكة المكرمة مركز الحاجة الدائمة لمتطلبات المعيشة، كما تزداد أهمية هذه الطرق في نقل الحجاج والعمار القادمين إلى أراضيها المباركة.

الطرق الحضرية :

تعد مدينة مكة المكرمة أحد المدن السعودية أحادية النواة في مركزها، لذا تنصب كل طرقها الداخلية نحو النواة – المسجد الحرام- مبعث الحركات البشرية المنسابة عبر الطرق الحضرية بمختلف أنماطها الهرمية، والتي تتسع كلما اقتربنا من المسجد الحرام وتضيق كلما ابتعدنا عنه، توافقاً مع التدفقات السكانية الضخمة منه وإليه.

شكل رقم(٤-٤)

الطرق الحضرية بمدينة مكة المكرمة



المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ

جدول رقم(٤-٤)

اتساع الطرق الحضرية ومدى القرب النسبي من المسجد الحرام

اسم الطريق	العرض بالمتر	القرب النسبي عن الحرم
المزدلفة	٦٣	٤كم
الحج	٥٣	٤كم
الطائف	٥٠	٣كم
المنصور	٤١	٢كم
أم القرى	٣٥	٢كم
التيسير	٢٧	١كم
إبراهيم الخليل	٢٦	١كم
خالد بن الوليد	١٤	٣م

المصدر:الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة،١٤٢٤هـ،ص١١٢-١١٣)

من خلال تحليل الجدول(٤-٤) نلاحظ عكسية العلاقة بين عرض الطريق وقربه من المسجد الحرام، فكلما اقتربنا من المسجد الحرام قل عرض الطريق، وهو بذلك يزداد اتساعاً كلما ابتعدنا عنه، يحكم ذلك مساحة المسجد الحرام ببطن وادي إبراهيم الخليل، والذي تتفرع عنه الطرق بنمط إشعاعي Radial Line ينشأ من مركز موحد هو القلب المركزي نحو أطرف المدينة، تحدد اتجاهاها الأودية التي تتشعب عبر الجبال، والتي يتولد منها الحركة المحلية Local traffic للمرور ، والمعروفة بالمرور المتولد Generated Traffic،وهي العملية التحليلية التي تصف العلاقة بين الفعاليات الحضرية والنقل والمتأثرة بنمط استعمالات الأرض والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للسكان وطبيعة نظام النقل (سيد،٢٠٠٨م،ص٣-٦). وتقسم الطرق الحضرية إلى أربعة أنماط، موسومة بتدرج هرمي على النحو التالي:

- **الطرق الرئيسية:**

وهي الطرق الخادمة لحركة المرور الطولي والعابرة لمناطق جغرافية متباعدة، إذ تعد خليطاً مركباً من الطرق الدائرية والطولية والأنفاق الإشعاعية، ومن أبرز سماتها الاتساع طولاً وعرضاً في الاتجاهين. ويبلغ متوسط عرضها ٤١م.

- **الطرق الشريانية:**

وهي الطرق التي تربط بين الطرق الإقليمية والطرق الرئيسية في المدينة، ويبلغ متوسط عرضها حوالي ٣٤م، وتلي الطرق الرئيسية في الأهمية، نظراً لمواقعها المركزية فهي تربط مابين الأحياء بربط الطرق الرئيسية ببعضها.

- **الطرق التجميعية:**

ويتمحور دورها الوظيفي في ربط ونقل الحركة المرورية بين الطرق الشريانية والطرق المحلية أو التجميعية الأخرى. ويبلغ متوسط عرضها٢٠م.

- **الطرق المحلية:**

وتقع داخل المناطق والمجمعات السكنية، وتقتصر خدماتها على المرور المحلي وساكني المجموعة السكنية، وهي تتصل بطرق محلية وطرق تجميعية أخرى.ويبلغ متوسط عرضها أقل من ٢٠م.(الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة،١٤٢٤هـ،ص١٠٩-١١٠) وهي أدنى مرتبة في شبكة الطرق الحضرية.

ونظراً لتدرجها الهرمي في مستوى الخدمة فقد اختلفت أطوالها، كما أن نسبة التشعب أثرت على تلك الأطوال داخل المدينة، وبالتالي اختلاف نصيب كل منها في النصيب السوقي، ويمكن تتبع أطوال الطرق داخل المدينة من خلال الشكل التالي:

ومن خلال تحليل الشكل(٤-٦) نلاحظ أن الطرق المحلية قد حازت على المركز الأول في طولها بين طرق المدينة بحوالي ٤٤% من مجموع الطرق الحضرية، وهي الأولى على مستوى الطرق الحضرية تبعاً لتشعبها، مما جعلها من أطول الطرق الحضرية، لحقتها في المرتبة الثانية الأسواق الرئيسة، والتي بلغت نسبة أطوالها حوالي٢٧ % من إجمالي الطرق. بينما كان أقصرها طولاً الطرق التجميعية، والتي تشكل فواصل جامعة بين باقي الطرق، ويمكن تتبع أطوالها وأعراضها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٤-٥)

الأسواق ورتبة الطرق التي تقع عليها

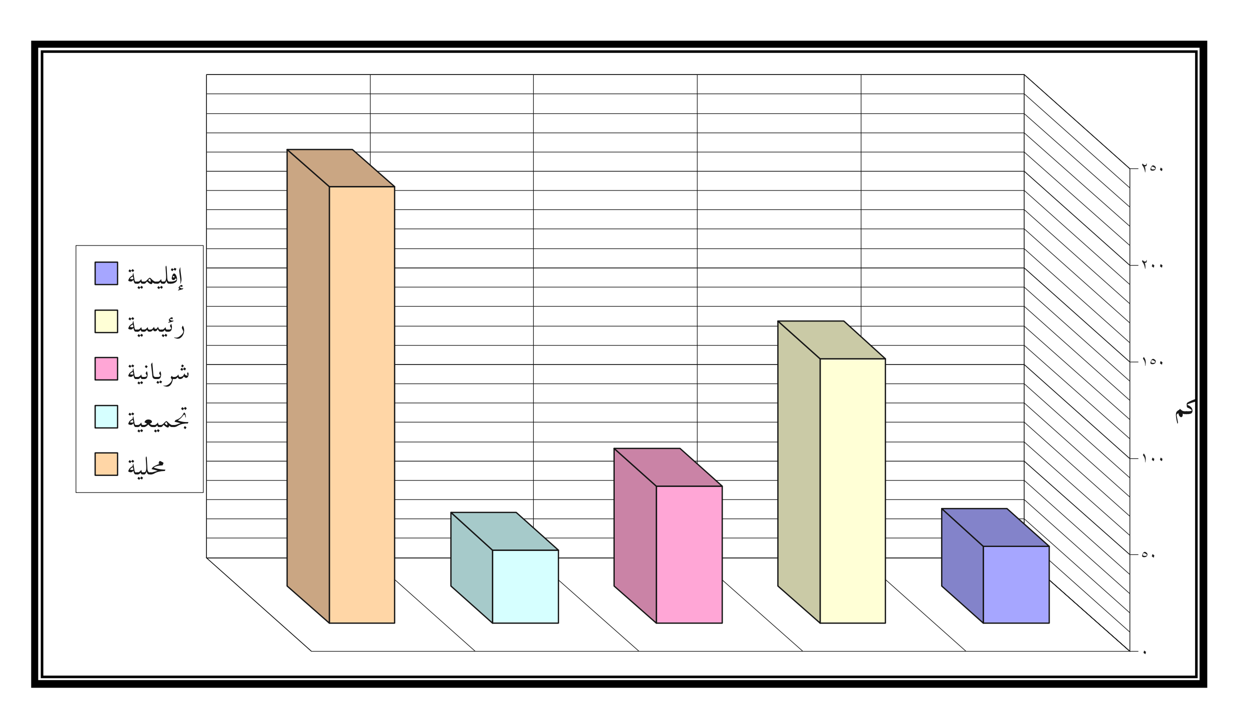
نوع الطريق	الرتبة	عدد المحلات التجارية	عدد الأسواق المركزية	متوسط العرض / المتر	متوسط الطول/كم	نسبة رتب الطرق التجارية %من إجمالي الطرق
إقليمية	٥	٠	٤	٤٨	٤٠	٠
رئيسية	٤	٢٩٢٤	٢٨	٤١	١٣٧	٥٨
شريانية	٣	١١٨١	٤	٣٤	٧١	٢٤
تجميعية	٢	١٦٤	٠	٢٠	٣٩	٣
محلية	١	٧٨٥	٥	أقل من٢٠	٢٢٦	١٥
المجموع		٤٩١٦		٥١٣		%١٠٠

المصدر:الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ،بيانات أمانة العاصمة المقدسة، نظم المعلومات الجغرافية، ١٤٢٨هـ، والعمل الميدانية ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول السابق نجد أن الطرق التجارية والأسواق المركزية قد تركزت في المرتبة الأولى على أطول الطرق وهي رتبة الطرق الرئيسية، التي امتاز اتساعها النسبي، وهذه دلالة واضحة على تأثير رتبة الطريق في جذب الأسواق، إذ تفضل الطرق الكثيفة في الحركة والمتمركزة في مواقع حساسة من المدينة، مما منحها اتصالاً مباشر بالسكان والكتل السكنية خاصة القديمة منها، لما تتمتع به من سهولة في الوصول، وإن كان يعاب عليها الازدحام المروري، إلا أن من أولى أولويات اختيار مواقعها هو الوقوع على طريق رئيس (انظر ملحق٢)، تنصب فيه كل الحركات البشرية من باقي الرتب، مما يشير إلى قوة تأثير الطريق وللتحقق من ذلك مثلت الدراسة نسب توزع محلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزية في(٤-٧)(٤-٨):

شكل رقم(٤ -٥)

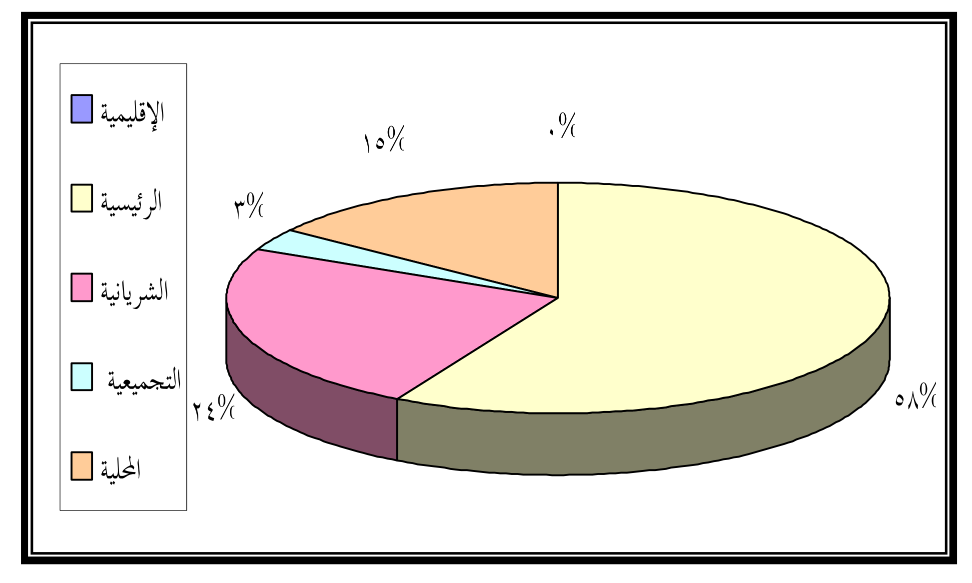
أطوال الطرق الحضرية بالمدينة (١٤٢٤هـ)



المصدر: الباحثة من خلال العمل الميداني ١٤٢٨هـ وباستخدام برنامج GIS,٩

الشكل رقم(٤ -٧)

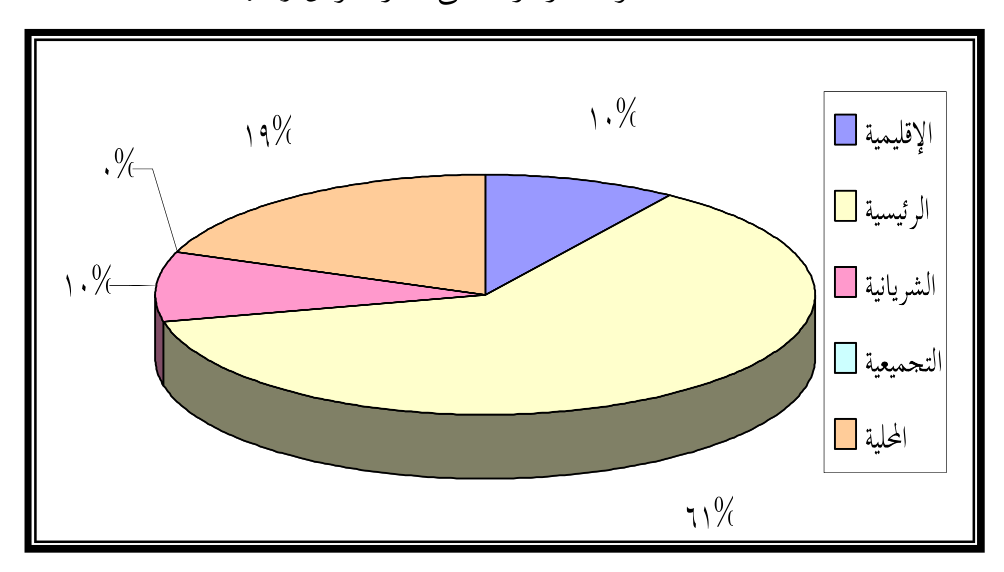
نسبة محلات الأسواق الشريطية على الطرق وفق رتبتها



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

شكل رقم(٤ -٨)

نسبة الأسواق المركزية على الطرق وفق رتبتها



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

ويتضح من خلال الشكلين(٤-٧) (٤-٨) تمتع الطرق الرئيسة بجاذبية فاقت فيها كل الرتب، بواقع ٥٨% محلات الأسواق الشريطية، و ٦١% من الأسواق المركزية، وبالرغم من ارتفاع رتبة الإقليمية إلا أنها لم تجذب إلا ١٠% من الأسواق المركزية، في حين خلت من محلات الأسواق الشريطية تماماً، الأمر الذي يشير إلى وجود مزايا خاصة للطرق الرئيسة جذبت بها الأسواق نحوها، ومنها: مركزية موقعها بين الأحياء؛ إذ تقع غالبيتها على حدود الأحياء المتضخمة سكانياً، كما تتوسط سرعة حركة المركبات عليها نتيجة لتوفر نقاط التفاف للمركبات، وإمكانية تكرار التوقف والتسوق منها، مما ميز محلات الأسواق الشريطية بسرعة التجهيز وقصر مدة ومدى رحلات التسوق منها، بينما تفاوت نصيب الطرق التجميعية والمحلية من الأسواق، مع تساوي واضح في نصيب الطرق المحلية من الأسواق الشريطية والمركزية، مما يشير إلى فقد العلاقة بين رتب الطرق وعدد الأسواق الواقعة عليها، وللتحقق من ذلك طبقت الدراسة المعامل التالي:

جدول رقم(٤-٦)

معامل ارتباط الأسواق الشريطية برتبة الطريق

		الارتباط	رتبة الطريق	الشريطية الأسواق
Spearman's rho	الطريق رتبة	Correlation Coefficient	١.٠٠٠	-.١٠٠
		Sig. (٢-tailed)	.	.٨٧٣
		N	٥	٥
	الأسواق الشريطية	Correlation Coefficient	-.١٠٠	١.٠٠٠
		Sig. (٢-tailed)	.٨٧٣	.
		N	٥	٥

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني(١٤٢٨هـ)

جدول رقم (٤-٧)

معامل ارتباط الأسواق المركزية برتبة الطريق

	الارتباط	الأسواق المركزية	الطريق رتبة
المركزية الأسواق	Correlation Coefficient	١.٠٠٠	.٤١٠
	Sig. (٢-tailed)	.	.٤٩٣
	N	٥	٥
رتبة الطريق	Correlation Coefficient	.٤١٠	١.٠٠٠
	Sig. (٢-tailed)	.٤٩٣	.
	N	٥	٥

المصدر: العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول(٤-٦) نجد أن ارتباط إسبيرمان للرتب أكد عدم وجود علاقة ارتباط منتظمة التأثير بين أعداد محلات الأسواق الشريطية ورتبة الطريق، حيث بلغت القيمة المحسوبة -

۰.۱۰۰وهي أصغر من نظيرتها ۰.۸۷۳مما يقضي بقبول فرض العدم ورفض الفرض البديل. كما يظهر من تحليل جدول (٤-٢٧) أن رتبة الطرق وعدد الأسواق المركزية قد جاءت بقيمته المحسوبة ٤١٠.، وهي أصغر من نظيرتها النظرية ٤٩٣، مما يقضي برفض فرضية البديل و قبول فرض العدم؛ والذي يُشير إلى عدم وجود علاقة بين رتبة الطريق وتركز الأسواق المركزية، سواء أكان الطريق إقليمياً أو رئيسياً أو شريانياً أو تجميعياً أو محلياً، مما يعكس ضعف تأثير رتبة الطريق على اختيار مواقع الأسواق المركزية وتمركزها عليها؛ إذ لم ترتبط بتدرج رتبها، وتبعاً لذلك فمن المناسب تناول توزيع الأسواق على طرق المدينة في الشكل(٤-٩):

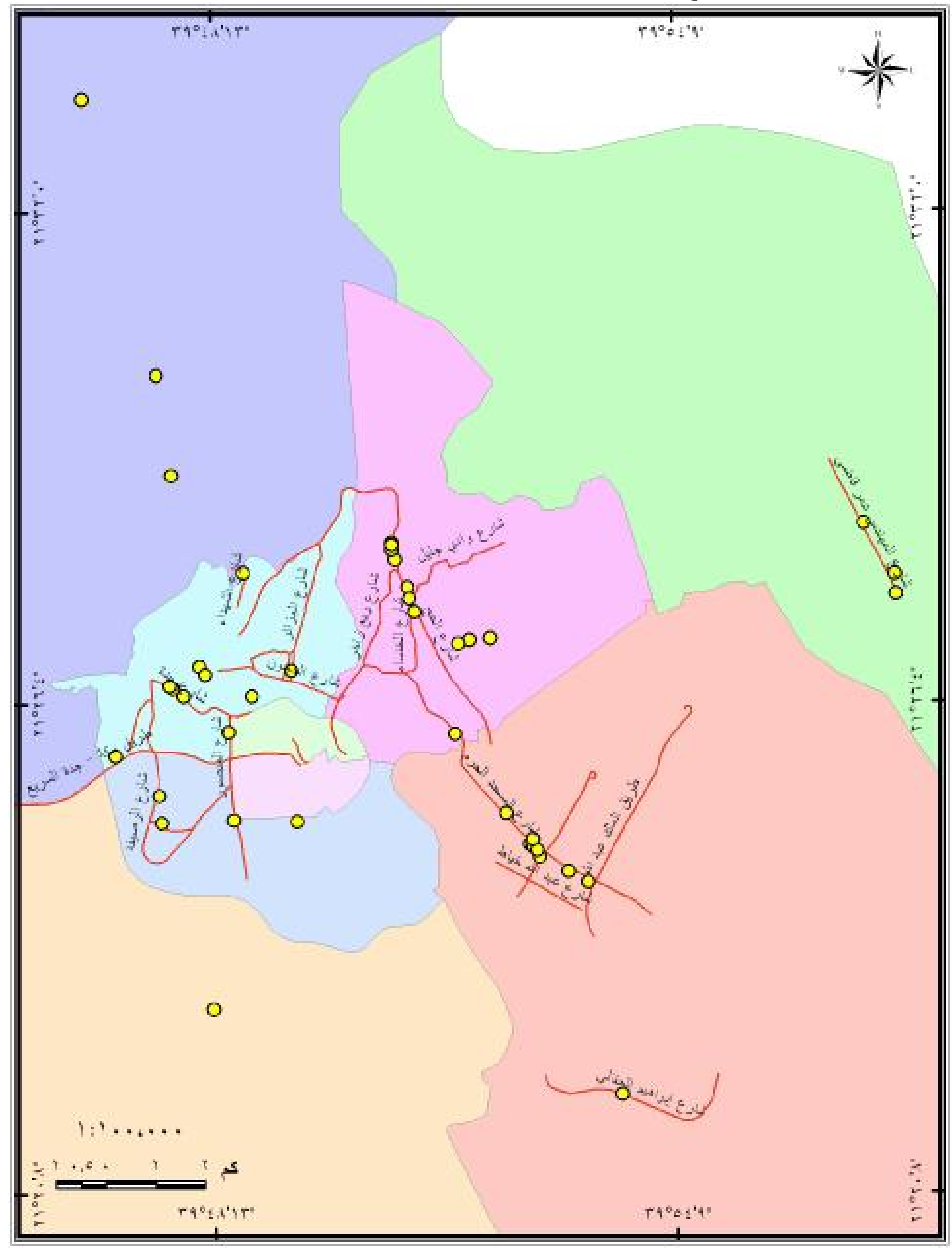
من خلال تحليل الشكل(٤-٩) نلاحظ تلاحق مواقع الأسواق المركزية بمواقع الأسواق الشريطية على الطرق التجارية، حيث تلازمت ٨٠% من الأسواق المركزية، مع الطرق التجارية، بينما خرجت ٢٠% منها من نطاق الشوارع التجارية، وتمركزت على الطرق الإقليمية والشريانية داخل كتلة المدينة.

كما نلاحظ أن الأسواق الشريطية قد تمركزت في المحيط المتاخم للمنطقة المركزية، وهذا يعود لأصولها التاريخية التي أصلت مواقعها في محيط القلب القديم المتكون من امتدادات سكنية تستقر عندها محلات الأسواق الشريطية. ونظراً لتركز الأسواق الشريطية على الطرق الرئيسة بالمرتبة الأولى بين باقي الطرق؛ فقد عانت تلك الطرق من تزايد في حجم الإعاقة المرورية ، مثل شارع العتيبية العام (الاتجاهين)، وشارع أم القرى الذي يبدأ من مدخل مكة من جهة طريق جدة السريع ويمتد حتى الشبيكة (الاتجاهين)، وشارع المنصور (الاتجاهين)، وشارع عبد الله عريف من مدخل مكة/جدة السريع، أيضا من الطرق ضعيفة الأداء في أوقات الذروة طريق المسجد الحرام، وهو يمر بأكثر أحياء المدينة كثافة من حيث السكان والمساكن، مما أوجد تركزاً واضحاً لنسبة كبيرة من الأسواق المركزية والشريطية عليه (إدارة المرور بالعاصمة المقدسة، ١٤٢٨هـ، شعبة السير) حيث بلغ عدد المحلات التجارية فيه ٢٨١٣محلاً، وهي قيمة أعلى من المتوسط العام للمحلات *(العمل الميداني، ١٤٢٨هـ) ولابد الإشارة هنا إلى أن الحركة المرورية بالعاصمة المقدسة باتت من أصعب التحديات التي تواجه المنظمين لها، وهي ردة فعل طبيعية لبيئة طبوغرافية معقدة، تتمتع بتعاقب مستمر للموجات البشرية على مدار العام، وهذا يشير إلى عمق التفاعل بين المدينة وسكانها، وهو جانب جوهري لابد من التطرق له نظراً لأهميته كعنصر مؤثر على توزيع الأسواق.

* متوسط محلات الأسواق الشريطية ١٢٢٩محلاً على كل شارع

شكل رقم(٤-٩)

توزيع الأسواق الشريطية والمركزية على الطرق التجارية



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

٤-٣ أوضاع السكان :نمواً وتركيباً وتوزيعاً

إن الإنسان هو العامل الرئيس الذي يشكل جميع الموارد، فهو المنتج والصانع والموزع والمستهلك للموارد، وهو يعني اختلافاً في القوى العاملة كما يعني اختلافاً في القوى الاستهلاكية فالمناطق الكثيفة بالسكان تتمتع بتوفر القوى العاملة وبالسوق الاستهلاكية أكبر من المناطق قليلة السكان.

ويعد السكان عنصراً حيوياً يُثري العلاقة الجغرافية بشكل جذري، بل هو إحدى دعامتيها(الطبيعة والإنسان) التي لا تقوم إلا بها، وهي تتباين في سماتها كمؤثر ومتأثر بظروف المحيط الطبيعي الذي تعيش عليه، وهذا التفاعل الدائم بين الساكن والمسكون لهو جوهر الحركة الديناميكية المشكلة لنظام المدينة، كأحد أهم أنماط التحضر السكاني.

وتعد دراسة الحجم السكاني من أهم الجوانب الواصفة للشخصية السكانية، والتي تعد ناتجاً نهائياً لتفاعل عدد من القوى والعوامل والاتجاهات التي تؤثر على تكوينه ومدى كبر تأثيره، فقد أثر موقع وشكل ومساحة المدينة، وأهميتها الدينية على تزايد أحجام السكان إلى جانب الزيادة الطبيعية للسكان، ومع هذا التزايد يزداد التعمير والإرساب وما يتبعه من اتساعٍ عمراني (الفرا،١٤٠٠هـ، ص٧٢)

وتعد مدينة مكة المكرمة نموذجاً مثالياً لنظام المدينة التي تكونت نتيجة لمجموعة معقدة من العوامل، التي تدور في عملية ديناميكية مستمرة، يتحكم بها عدد من القوى المركبة التي شكلت البنية المكانية غير المشاهدة؛ إذ تؤثر طبوغرافية السطح بين انخفاض وارتفاع، وتتدرج قوى النمو في المساكن والسكان، وتباين التوزيع الحجمي للسكان وبشكل كبير على توزعهم المكاني (الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة،١٤٢٤هـ، ص٣٩-٤٦) ويمكن ملاحظة ذلك التباين بين الأحياء من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٤-٨)

أعداد السكان وكثافتهم في الأحياء

رقم	اسم الحي	المساحة الإجمالية بالهكتار	المساحة المبنية بالهكتار	عدد السكان	الكثافة الصافية للسكان في كل حي	عدد الأسواق المركزية	عدد الأسواق الشريطية
١	الهنداوية	٢١.٣٨	١٥٠.٣	٥٥٩٦٣	٣٧٢	٠	٣٣٩
٢	الشوقية	٥٥.٥١	٥١٩.٩	٥٥٨٢٥	١٠٧	١	٠
٣	جبل النور	٧٠.٦٩	٣٣٦	٥٣٦٠٠	١٦٠	٢	٨٨
٤	الزاهر	٣٢.٨٠.١	١٧٦.٧	٥١٧٠٠	٢٩٣	٠	٨٦
٥	الخالدية	٢٦.٢١	٢٢٧.٦	٥٠١٨٨	١٩١	١	٥٢
٦	الجامعة	٥٢.٤٢	٤٧٨.١	٤٨١٢٥	١٠١	٦	٤١٨
٧	بطحاء قريش	١٣.٠٧٩	٤٨٩.٤	٤٧١٥٣	٩٦	٠	٠
٨	العتيبية	٢.٨٥٨	١١٣.٣	٤٥٢٠٠	٣٩٩	٠	٣٠٨
٩	الملك فهد	٦٦.٤٩٤	٤١١	٤٤٦٨٨	١٠٩	٠	٠
١٠	الرصيفة	٣٢.٥١	٢٨٣.٩	٤٢٢٠٠	١٤٩	٢	٢٧٢
١١	الزهراء	١٥.٣٢	١٥٢.١	٤٢٠٥٠	٢٩٣	١	١٥٢

١٢	التنعيم	٢٣.٥٦٤	٣٩٣.٩	٣٩٧٣٨	١٠١	٠	٠
١٣	جرهم	١.١٦٣	٦٢.٦	٣٧٩٥٠	٦٠٦	٠	٢١
١٤	التقوى	٢.١١٤	١٢٣.٥	٣٧٩٥٠	٣٠٧	٠	٠
١٥	الضيافة	٠.٨٦٢	٦٨.٣	٣٧٥٠٠	٥٤٩	٥	٢٣
١٦	الأندلس	٣.٧٣٨	١٠٤.٧	٣٥٤٧٥	٣٣٩	١	٣٧٤
١٧	الخنساء	١.٧١٦	٨٧.٨	٣٤٦٠٠	٣٩٤	٢	٣٥٩
١٨	المعابدة	١.٩٢٧	١٣٤.٢	٣٤٣٠٠	٢٥٦	٠	٦١
١٩	الحجون	١.٠٢٨	٩٧.٤	٢٨٦٠٠	٢٩٤	١	٨٨
٢٠	الطندباوي	٠.٨٥٦	٨٣.٩	٢٧١٢٠	٣٢٣	٠	٤٧
٢١	العوالي	٩٠.٦٧٦	٧٩١	٢٥٣٠٠	٣٢	١	٢٤٦
٢٢	العدل	٦.٨٦١	٢٠٩	٢٤٧٥٠	١١٨	١	١٧
٢٣	الراشدية	٣٠.٣١٤	١٠١٢.٣	٢٤٧٥٠	٢٤	٢	١٧٧
٢٤	المسفلة	١.١٣٠	٨٤.٨	٢٤٦٠٠	٢٩٠	١	٠
٢٥	ريع ذاخر	٣.٧٤٦	٢١٤.٢	٢٣٠٠٠	١٠٧	٤	١٤٠
٢٦	العمرة	٥٧١.٧. ٥	٩٥٠.٣	٢٢٢٧٥	٢٣	١	٠
٢٧	الجميزة	٠.٧	٥٠.٢	٢١٧٢٥	٤٣٣	٠	٩١
٢٨	السليمانية	٠.٥١	٣٠	٢٠٦٢٥	٦٨٨	٠	١١٤
٢٩	العسيلة	٤٢	١٤٨.٥	٢٠٤٣٣	١٣٨	٠	٠
٣٠	وادي جليل	٢١.٦٥٩	١٣٧.٨	٢٠٣٥٠	١٤٨	١	١٢٩
٣١	المنصور	٠.٦	٥٨.٤	١٩٩٦٢	٣٤٢	٠	١٥٤
٣٢	العزيزية	٤.٥٤	١٨٩.٣	١٩٢٥٠	١٠٢	١	٩٩
٣٣	شرائع المجاهدين	٢٧.٤٥	٢٤٥.٣	١٨٥٦٣	٥٢	٠	٠
٣٤	المرسلات	٣.٠١	٨٨.٧	١٦٦٣٨	١٨٨	١	٢٣٠
٣٥	أجياد	٠.٨٦	٥٣	١٦٥٠٠	٣١١	٠	٠
٣٦	جرول	٠.٧٩	٦٥.٥	١٦٥٠٠	٢٥٢	٠	٦٠
٣٧	الروضة	٢.١٣	٨٦.٦	١٦٠٠٠	١٨٥	١	١٠٣
٣٨	التيسير	٠.٨٧	٧٨.٣	١٥٩٥٠	٢٠٤	٠	١٤٥
٣٩	الهجرة	٩.٤٤٣	١٥٩.٢	١٤٥٧٥	٩٢	٠	٠
٤٠	النزهة	٣.٠٦٤	٢٢٥	١٤٤٣٨	٦٤	١	١٣٦
٤	الخضراء	٣٤.٦٣٣	٥٢٠	١٢٣٧٥	٢٤	١	١١٤

١							
٤٢	الشبيكة	٦٩.٢	٦٢.٥	١١٠٠٠	١٧٦	٠	٠
٤٣	البحيرات	٤٦٨.٨.٥	٧٧٥.٤	١٠٤٥٠	١٣	٢	٠
٤٤	السلامة	١٠٩.٥	١٩١.٣	٩٩٠٠	٥٢	٠	٠
٤٥	النوارية	٥٧.٦٦	٤٥٢.٨	٩٧٦٣	٢٢	٠	٠
٤٦	ولي العهد	٢٠٠	٧٨١.٩	٩٤٨٨	١٢	٠	٠
٤٧	الشامية	٠.٣٤	٢٨.٢	٨٢٠٠	٢٩١	٠	١٧٦
٤٨	الكعكية	٤.٣٥	١٩٣.٧	٧٠١٣	٣٦	٠	٠
٤٩	شعب عامر	٠.٥٩٨	٣١.٦	٧٠٠٠	٢٢٢	٠	٣١
٥٠	الهجلة	٠.٥٤	٢٣.٦	٦١٩٥	٢٦٣	٠	٠
٥١	الشرائع	٢٧.٤	٣٥٦	٦١٨٨	٥٢	٠	٠
٥٢	كدي	٥٢.١٦	٩٢.١	٥٠٨٨	٥٥	٠	٠
٥٣	النسيم	٨.١٩٨	١٢٠.١	٤٩٥٠	٤١	٠	٠
٥٤	الروابي	٢.٧١	٣٠.١	٤٨١٣	١٦٠	٠	٠
٥٥	الحمراء و أم الجود	٨١.٢٦	٣٥٢.٦	٤٤٠٠	١٢	٠	١٦
٥٦	الشهداء	٢.٠٦١	١٠٢.٨	٤٤٠٠	٤٣	١	٤٧
٥٧	القرارة والنقا	٠.٣٤	٢٩.٦	٤١٠٠	١٣٩	٠	٨١
٥٨	العكيشية	١٤٨	١٢٥.٥	٢٣٣٠	١٩	٠	٠
٥٩	البيبان	٠.٥٧	٤٩.٩	١٢٣٨	٢٥	٠	٦٠
٦٠	المشاعر	١١٩	٠	٠	٠	٠	٠
الإجمالي		١٣٠٠	١٣٦٩١	١٣٧٥٠٠٠		٤١	٥٠٤٥

المصدر:تحديث المخطط الهيكلي لمدينة مكة المكرمة، الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل جدول(٤-٨) يمكن تقسيم الأحياء إلى فئات بحسب أعداد السكان على النحو التالي:

***الفئة الأولى**:أحياء كبيرة الحجم سكانياً(أكثر من **٤٠٠٠٠**نسمة) ونسبتها**١٩**%، وتضم: الزهراء والرصيفة والملك فهد والعتيبية وبطحاء قريش والجامعة والخالدية والزاهر وجبل النور والشوقية والهنداوية، بلغت نسبة الحجم السكاني فيها**٣٩**% من سكان المدينة، وتقع في المناطق المحيطة بالمنطقة المركزية للمدينة والواقعة في منطقة بينية للأحياء الهامشية والمركزية، وتعد من أبرز نقاط الاستقبال للسكان النازحين عن قلب المدينة، لما تمتاز به من قربها من مواقع عملهم وإن تدنى بها مستوى الخدمات، نتيجة تزايد ضغط السكان على الموارد الطبيعية والبشرية، وعلى إثر ذلك ومقابل مساحاتها

المتباينة بين التوسط والضيق تزايدت الكثافة السكانية لتتراوح مابين ٩٠-٤٠٠نسمة /كم، لاحق هذه الأحجام السكانية المتزايدة ارتفاعاً في أعداد المحلات بالأسواق الشريطية، إذ بلغت نسبتها ٣٤% من محلات الأسواق الشريطية، والتي تتبع امتداد الشوارع التجارية بالمدينة، الحريصة على حيازتها لأكبر قدر ممكن من المتسوقين، وخاصة أنها تقدم السلع الاستهلاكية واليومية، بينما توسط فيها أعداد الأسواق المركزية، حيث بلغت نسبتها٣١% من الأسواق المركزية، وإن بلغت أعلى تركز لها في حي الجامعة كأكثر الأحياء جذباً لها على مستوى المدينة كلها، بينما بلغت نسبة المساحة المبنية ٢٤% من المعمور.

*الفئة الثانية: الأحياء متوسطة الحجم سكانياً مابين(٤٠٠٠٠-٢٠٠٠٠نسمة) ونسبتها ٣٢%، وتضم التنعيم وجرهم والتقوى والضيافة والأندلس والخنساء والمعابدة والحجون والطندباوي والعوالي والعدل والراشدية والمسفلة وريع ذاخر والعمرة والجميزة والسليمانية والعسيلة ووادي جليل، أي أن أكثر من ثلث الأحياء تعتبر كبيرة في حجمها السكاني ونسبتهم ٣٩% من سكان المدينة، وهي خليط من الأحياء القديمة والحديثة، والتي انتقلت إليها حركات نزوح السكان من المركز بدرجات متفاوتة، مما أوجد فروقاً بينية في قيم الكثافة السكانية، والتي تراوحت مابين ٢٠-٤٥٠نسمة/كم، وذلك تبعاً لتباين المساحة الإجمالية والمبنية من كل حي، إلا أن أبرز سماتها توسط أحجمها السكانية، وقد تضخم نصيب هذه الأحياء من محلات الأسواق الشريطية، حيث بلغت نسبتها٣٧%، كما حازت على نصيب وافر من الأسواق المركزية، وصلت نسبتها إلى ٤٩% من أسواق المدينة، أما معمورها فقد بلغت نسبته٥٢%.

*الفئة الثالثة: الأحياء صغيرة الحجم سكانياً(أقل من ٢٠٠٠٠نسمة) ونسبتها ٥٠%، وتضم باقي أحياء المدينة وهي: المنصور والعزيزية وشرائع المجاهدين والمرسلات وأجياد وجرول والروضة والتيسير والهجرة والنزهة والخضراء والشبيكة والبحيرات والسلامة والنوارية وولي العهد والشامية والكعكية وشعب عامر والهجلة والشرائع وكدي والعكيشية والروابي والنسيم والبيبان والمشاعر والحمراء وأم الجود والقرارة والنقا... ولم تتجاوز نسبتها ٢٢% فقط من سكان المدينة، وغالبيتها من الأحياء الهامشية، والتي تتمتع بالمساحات الكبيرة، لذلك انخفضت فيها الكثافة من ١٠-٣٥٠نسمة/هكتار، كما قلت فيها محلات الأسواق الشريطية إلى ٢٩%، كما قل نصيب هذه الأحياء من الأسواق المركزية رغم توافر المساحات الإجمالية الكبيرة إلى ٢٠%، وهذا يشير إلى قوة تأثير الأحجام السكانية الكبيرة على جذب الأسواق المركزية ومحلات الأسواق الشريطية، أما مساحتها المعمورة فلم تتجاوز٤١%، وبمقارنة نسب الأسواق مع المساحة المعمورة وكثافة وحجم السكان، نلاحظ ارتباطاً واضحاً بين الحجم السكاني والسوقي وضعف تأثير المساحة المعمورة والكثافة، حيث تركزت غالبية الأسواق في الأحياء الكبيرة سكانياً(أكثر من ٢٠٠٠٠نسمة)، وقد ساهم هذا التفاوت في نسب التوزيع في إيجاد بقع متباينة في نسب تركزها، تبعاً لتباين مساحة الأحياء الإجمالية وتوزيع السكان عليها، ولقياس مدى ذلك التركز اعتمدت الدراسة على مؤشر التركز في الجدول التالي:

جدول رقم (٤-٩)

مؤشر التركز السكاني على أحياء المدينة

رقم	اسم الحي	المساحة الإجمالية	النسبة % س	عدد السكان	النسبة % ص	س- ص
١	الهنداوية	٢١٣.٨	٠.١	٥٥٩٦٣	٤	-٣.٩
٢	الشوقية	٥٥٥.١	٠.٤	٥٥٨٢٥	٤	-٣.٦
٣	جبل النور	٧٠٦.٩	١	٥٣٦٠٠	٤	-٣
٤	الزاهر	٣٢٨.١	٠.٢	٥١٧٠٠	٤	-٣.٨
٥	الخالدية	٢٦٢.١	٠.٢	٥٠١٨٨	٤	-٣.٨
٦	الجامعة	٥٢٤.٢	٠.٤	٤٨١٢٥	٤	-٣.٦
٧	بطحاء قريش	١٣٠٧.٩	١	٤٧١٥٣	٣	-٢
٨	العتيبية	٢٨٥.٨	٠.٢	٤٥٢٠٠	٣	-٢.٨
٩	الملك فهد	٦٦٤٩.٤	٥	٤٤٦٨٨	٣	٢
١٠	الرصيفة	٣٢٥.١	٠.٢	٤٢٢٠٠	٣	-٢.٨
١١	الزهراء	١٥٣.٢	٠.١	٤٢٠٥٠	٣	-٢.٩
١٢	التنعيم	٢٣٥٦.٤	٢	٣٩٧٣٨	٣	-١
١٣	جرهم	١١٦.٣	٠.٠	٣٧٩٥٠	٣	-٣
١٤	التقوى	٢١١.٤	٠.١	٣٧٩٥٠	٣	-٢.٩
١٥	الضيافة	٨٦.٢	٠.٠	٣٧٥٠٠	٣	-٣
١٦	الأندلس	٣٧٣.٨	٠.٢	٣٥٤٧٥	٣	-٢.٨
١٧	الخنساء	١٧١.٦	٠.١	٣٤٦٠٠	٢	-١.٩
١٨	المعابدة	١٩٢.٧	٠.١	٣٤٣٠٠	٢	-١.٩
١٩	الحجون	١٠٢.٨	٠.٠	٢٨٦٠٠	٢	-٢
٢٠	الطندباوي	٨٥.٦	٠.٠	٢٧١٢٠	٢	-٢
٢١	العوالي	٩٠٦٧.٦	٧	٢٥٣٠٠	٢	٥
٢٢	العدل	٦٨٦.١	٠.٥	٢٤٧٥٠	٢	-١.٥
٢٣	الراشدية	٣٠٣١.٤	٢.٣	٢٤٧٥٠	٢	٠.٣
٢٤	المسفلة	١١٣.٠	٠.٠	٢٤٦٠٠	٢	-٢
٢٥	ريع ذاخر	٣٧٤.٦	٠.٢	٢٣٠٠٠	٢	-١.٨
٢٦	العمرة	٥٧١٧.٥	٤	٢٢٢٧٥	٢	٢
٢٧	الجميزة	٧٠.٢	٠.٠	٢١٧٢٥	٢	-٢
٢٨	السليمانية	٥١.٤	٠.٠.	٢٠٦٢٥	٢	-٢
٢٩	العسيلة	٤٢٤٠.٤	٣.٢	٢٠٤٣٣	١	٢.٢
٣٠	وادي جليل	٢١٦٥.٩	٢	٢٠٣٥٠	١	١
٣١	المنصور	٦٠.٩	٠.٠	١٩٩٦٢	١	-١
٣٢	العزيزية	٤٥٤.١	٠.٣	١٩٢٥٠	١	-٠.٧
٣٣	شرائع المجاهدين	٢٧٤٥.٤	٢	١٨٥٦٣	١	١
٣٤	المرسلات	٣٠١.٦	٠.٢	١٦٦٣٨	١	-٠.٨
٣٥	أجياد	٨٦.٢	٠.٠	١٦٥٠٠	١	-١

٣٦	جرول	٧٩.٠	٠.٠	١٦٥٠٠	١	-١
٣٧	الروضة	٢١٣.٦	٠.١	١٦٠٠٠	١	-٠.٩
٣٨	التيسير	٨٧.٨	٠.٠	١٥٩٥٠	١	-١
٣٩	الهجرة	٩٤٤.٣	١	١٤٥٧٥	١	٠
٤٠	النزهة	٣٠٦.٤	٠.٢	١٤٤٣٨	١	-٠.٨
٤١	الخضراء	٣٤٦٣.٣	٣	١٢٣٧٥	١	٢
٤٢	الشبيكة	٦٩.٢	٠.٠	١١٠٠٠	١	-١
٤٣	البحيرات	٤٦٨٨.٥	٤	١٠٤٥٠	١	٣
٤٤	السلامة	١٠٩٤٧.٥	٩	٩٩٠٠	١	٨
٤٥	النوارية	٥٧٦٦.٨	٥	٩٧٦٣	١	٤
٤٦	ولي العهد	٢٠٠١٠.٦	١٥	٩٤٨٨	١	١٤
٤٧	الشامية	٣٤.١	٠.٠	٨٢٠٠	٠.٥	-٠.٥
٤٨	الكعكية	٤٣٥.٩	٠.٣	٧٠١٣	٠.٥	-٠.٢
٤٩	شعب عامر	٥٩.٨	٠.٠	٧٠٠٠	٠.٥	-٠.٥
٥٠	الهجلة	٥٤.٢	٠.٠	٦١٩٥	٠.٤	-٠.٤
٥١	الشرائع	٢٧٤٥.٤	٢	٦١٨٨	٠.٤	١.٦
٥٢	كدي	٥٢١.٦	٠.٤	٥٠٨٨	٠.٣	٠.١
٥٣	النسيم	٨١٩.٨	١	٤٩٥٠	٠.٣	٠.٧
٥٤	الروابي	٢٧١.٩	٠.٢	٤٨١٣	٠.٣	-٠.١
٥٥	الحمراء أم الجود	٨١٢٦.٢	٦.٢	٤٤٠٠	٠.٣	٥.٩
٥٦	الشهداء	٢٠٦.١	٠.١	٤٤٠٠	٠.٢	-٠.١
٥٧	القرارة والنقا	٣٤.٣	٠.٠	٤١٠٠	٠.٢	-٠.٢
٥٨	العكيشية	١٤٨٧٦.٥	١٢	٢٣٣٠	٠.١	١١.٩
٥٩	البيبان	٥٧.٥	٠.٠	١٢٣٨	٠.٠	٠
٦٠	المشاعر	٠	٠	٠	٠	٠
	المجموع	١٣٠٠١٢		١٣٧٥٠٠ ٠	١٠٠	-٧.٥

المصدر: بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، **١٤٢٤**هـ .

من خلال تحليل جدول(٤-٩) نلاحظ مدى التباين بين النسب المئوية للمساحة وما يقابلها من سكان، بلغت أشد مفارقها في حي ولي العهد والعكيشية والسلامة ،حيث يزداد نصيب الفرد من المساحة ويقل مؤشر تركز السكان فيها، وعند حساب مجموع الفرق بين س وص نجد أنها تساوي (-٧.٥) ونصفها -٣.٧٥% وهي نسبة تشير إلى ميل توزع السكان نحو التركز في أحياء بعينها دون غيرها بقدر بعدها عن الصفر، الذي يرمز لمثالية التوزيع بين المساحة والسكان، هذا التركز العالي للسكان ساهم بشكل واضح في تركز الأسواق المركزية والشريطية بمناطق محدودة من المدينة؛كما أظهرتها جداول الفصل السابق، وهذا يقرر قوة تأثير التركزات السكانية على توزيع الأسواق المركزية والشريطية، وبالتالي هيمنة الحجم السكاني في جذب الأسواق نحوها، ولهذا يمكن أن نقول:توجد علاقة

طردية بين الكثافة السكانية والنصيب السوقي للأحياء المتباينة في مساحاتها، مما ينم عن فقد التوازن في توزيع السكان والمساحة،وهو الجانب الجوهري الذي يمكن قياسه من خلال النصيب المتعادل بين السكان والمساحة في أحياء المدينة، ومن ثم ربطها بالأسواق من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٤-١٠)

النصيب المتعادل من المساحة والسكان على الأحياء

رقم	اسم الحي	المساحة / إجمالي مساحة الأحياء	السكان/ إجمالي سكان الأحياء	النصيب المتعادل من المساحة والسكان	عدد الأسواق المركزية	عدد الأسواق الشريطية
١	الهنداوية	٠.٠٠	٠.٠٤	٠	٠	٣٣٩
٢	الشوقية	٠.٠٠	٠.٠٤	٠	١	٠
٣	جبل النور	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	٢	٨٨
٤	الزاهر	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	٠	٨٦
٥	الخالدية	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	١	٥٢
٦	الجامعة	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	٦	٤١٨
٧	بطحاء قريش	٠.٠١	٠.٠٣	٠	٠	٠
٨	العتيبية	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	٠	٣٠٨
٩	الملك فهد	٠.٠٥	٠.٠٣	١	٠	٠
١٠	الرصيفة	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	٢	٢٧٢
١١	الزهراء	٠.٠٠	٠.٠٣	٠	١	١٥٢
١٢	التنعيم	٠.٠١	٠.٠٢	٠	٠	٠

١٣	جرهم	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	٠	٢١
١٤	التقوى	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	٠	٠
١٥	الضيافة	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	٥	٢٣
١٦	الأندلس	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	١	٣٧٤
١٧	الخنساء	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	٢	٣٥٩
١٨	المعابدة	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	٠	٦١
١٩	الحجون	٠.٠٠	٠.٠٢	٠	١	٨٨
٢٠	الطندباوي	٠.٠٠	٠.٠١٩	٠	٠	٤٧
٢١	العوالي	٠.٠٦	٠.٠١	٣	١	٢٤٦
٢٢	العدل	٠.٠٠	٠.٠١	٠	١	١٧
٢٣	الراشدية	٠.٠٢	٠.٠١	١	٢	١٧٧
٢٤	المسفلة	٠.٠٠	٠.٠٧	٠	١	٠
٢٥	ريع ذاخر	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٤	١٤٠
٢٦	العمرة	٠.٠٤	٠.٠١	٢	١	٠
٢٧	الجميزة	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	٩١
٢٨	السليمانية	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	١١٤
٢٩	العسيلة	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	٠
٣٠	وادي جليل	٠.٠١	٠.٠١	١	١	١٢٩
٣١	المنصور	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	١٥٤
٣٢	العزيزية	٠.٠٠	٠.٠١	٠	١	٩٩
٣٣	شرائع المجاهدين	٠.٠٢	٠.٠١	٢	٠	٠
٣٤	المرسلات	٠.٠٠	٠.٠١	٠	١	٢٣٠
٣٥	أجياد	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	٠
٣٦	جرول	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	٦٠
٣٧	الروضة	٠.٠٠	٠.٠١	٠	١	١٠٣
٣٨	التيسير	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	١٤٥
٣٩	الهجرة	٠.٠٠	٠.٠١	٠	٠	٠
٤٠	النزهة	٠.٠٠	٠.٠١	٠	١	١٣٦
٤١	الخضراء	٠.٠٢	٠.٠٠	٢	١	١١٤
٤٢	الشبيكة	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٠
٤٣	البحيرات	٠.٠٣	٠.٠٠	٠	٢	٠
٤٤	السلامة	٠.٠٣	٠.٠٠	٥	٠	٠
٤٥	النوارية	٠.٠٤	٠.٠٠	٦	٠	٠
٤٦	ولي العهد	٠.١٥	٠.٠٠	٢٢	٠	٠
٤٧	الشامية	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	١٧٦
٤٨	الكعكية	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٠
٤٩	شعب عامر	٠.٠٠	٠.٠٠٠	٠	٠	٣١
٥٠	الهجلة	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٠
٥١	الشرائع	٠.٠٢	٠.٠٠	٤	٠	٠
٥٢	كدي	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٠

٥٣	النسيم	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٠
٥٤	الروابي	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٠
٥٥	الحمراء و أم الجود	٠.٠٦	٠.٠٠	١٩	٠	١٦
٥٦	الشهداء	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	١	٤٧
٥٧	القرارة والنقا	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٨١
٥٨	العكيشية	٠.٠٤	٠.٠٠	٧	٠	٠
٥٩	البيبان	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	٠	٦٠
٦٠	المشاعر	٠.٠٩	٠	٠	٠	٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ، والعمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول(٤-١٠) يمكن تصنيف الأحياء إلى فئات تتفاوت في نصيبها من المساحة والسكان على النحو التالي:

***الفئة الأولى**:الأحياء التي لم تحوز على نصيبها المتعادل من المساحة وتبلغ قيمته (أقل من١): والتي بلغت نسبتها ٧٨% من أحياء المدينة، وهي الأحياء التي لم تتعادل فيها المساحة مع الحجم السكاني بها، مما أفقد السكان نصيبهم من المساحة، وأوجد ضغطاً سكانياً على خدمات وموارد تلك الأحياء، في حين حازت على ٨٦% من الأسواق الشريطية بالمدينة و ٨% من الأسواق المركزية، وهي الهنداوية والهجرة والمشاعر والشامية والعتيبية وجرهم وبطحاء قريش والشوقية وجبل النور والزاهر والخالدية والجامعة والرصيفة والزهراء والتنعيم والتقوى والضيافة والأندلس والخنساء والمعابدة والحجون والطندباوي والعدل والمسفلة وريع ذاخر والجميزة والسليمانية والعسيلة والمنصور والعزيزية والمرسلات وأجياد وجرول والروضة والتيسير والهجرة والنزهة والشبيكة والبحيرات والشامية والقرارة والنقا والكعكية وشعب عامر والهجلة وكدي والنسيم والروابي والشهداء والبيبان والمشاعر.

* **الفئة الثانية**:الأحياء التي حازت على نصيبها المتعادل من المساحة (١):وبلغت نسبتها ٥% فقط، وهي أدنى نسبة بين الفئات، وتضم الملك فهد والراشدية ووادي جليل، وفي هذا النطاق الضيق من التعادل قل التواجد السوقي أيضاً، حيث بلغت ٦% من محلات الأسواق الشريطية ونسبة الأسواق المركزية فيها ٧ % فقط،و، أي أن هذه الأحياء فقط هي التي حازت على نصيبها المتعادل من مساحة الحي للسكان.

* **الفئة الثالثة**:الأحياء التي حازت على أكثر من نصيبها المتعادل (أكثر من ١): والتي بلغت نسبتها حوالي ١٧% من أحياء المدينة، وتضم العكيشية والحمراء وأم الجود والشرائع والعمرة وولي العهد والعوالي والنوارية والسلامة والخضراء وشرائع المجاهدين، حيث تتوزع المساحات الكبيرة دون وجود متوازن للسكان، وتخدمها ٧% من الأسواق المركزية ومثلها من الأسواق الشريطية، في حين خلت ١٠% منها من الأسواق الشريطية والمركزية على حد سواء.

ويظهر هذا وجود علاقة عكسية بين النصيب المتعادل للسكان والمساحة ونصيبه من الأسواق، فكلما زاد النصيب المتعادل من السكان والمساحة كلما قل نصيبها من الأسواق المركزية والشريطية، نستنتج من هذا أن غالبية أحياء مكة المكرمة ونسبتها ٩٥٪ من أحيائها فاقدة لتناسب التوزيع المتساوي بين المساحة والسكان، وهي نتيجة طبيعية لعدة عوامل منها: عدم اعتماد المدينة منذ نشأتها على خطط تنموية لدى نموها، والذي بدأ بتنظيم عشوائي يحكمه المنافسة على القرب من المسجد الحرام، حيث التكامل الخدمي وسهولة الوصول، مما نتج عنه تبايناً واضحاً في توزيع الأسواق بين تلك الأحجام السكانية، وهو الجانب الذي يمكن دراسته، باختبار العلاقة بين الحجم السكاني والأسواق بمعامل الارتباط بيرسون، والذي ظهرت نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم(٤ – ١١)

معامل ارتباط الحجم السكاني بتوزيع الأسواق الشريطية

	الارتباط	حجم السكان	الأسواق الشريطية
حجم السكان	Pearson Correlation	١	.٣٩٥(**)
	Sig. (٢-tailed)	.	.٠٠٢
	N	٦٠	٦٠
الشريطية الأسواق	Pearson Correlation	.٣٩٥(**)	١
	Sig. (٢-tailed)	.٠٠٢	.
	N	٦٠	٦٠

** Correlation is significant at the ٠.٠١ level (٢-tailed).

المصدر للبينات: الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة و العمل الميداني ١٤٢٨هـ

جدول رقم (٤–١٢)

معامل ارتباط الحجم السكاني بتوزيع الأسواق المركزية

		الحجم	الأسواق المركزية
الحجم	Pearson Correlation	١	.٣٢٩(*)
	Sig. (٢-tailed)	.	.٠١٠
	N	٦٠	٦٠
الأسواق المركزية	Pearson Correlation	.٣٢٩(*)	١
	Sig. (٢-tailed)	.٠١٠	.
	N	٦٠	٦٠

* Correlation is significant at the ٠.٠٥ level (٢-tailed).

المصدر: الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة،و العمل الميداني ١٤٢٨هـ

ومن خلال تحليل الجدولين السابقين نلاحظ تطابق نتائج اختبار العلاقة، فقد ظهرت قيمة الارتبـــاط المحسوبة أكبر من قيمة من نظيرتها النظرية؛ ونتيجة لذلك فهي تشير إلى وجود علاقة طردية قوية التأثير بين حجم السكان في كل حي وعدد الأسواق الشريطية والمركزية فيها، وهذا يثبت الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة وذلك عند مستوى دلالة ٠.٠٥ و٠.٠١، وبنسبة ٩٥-٩٩%، الأمر الذي يؤكد حرص المستثمرين وأصحاب القرار لتوقيع الأسواق في مواطن الأحياء الأكبر حجماً، لضمان قربها من المستفيدين منها، وتحقيق الربح الأقصى بتقصير المسافة المكانية من مناطق تولد رحـــلات التســـوق إلى نقاط استقرارها (الأسواق).

نستنتج من هذا أن الأسواق تبحث عن الأحياء الكبيرة سكانياً، وتحرص على التركز بهـــا، متجاهلـــة لباقي المشكلات المكانية التي تعاني منها كسوء التنظيم والتخطيط وصعوبات الوصول والضغوط علـــى خدماتها، مع تجاهلها لمساحة الحي كما ظهر سابقاً، وهو العامل الذي يؤثر بشكل مباشر على الكثافة السكانية في الأحياء، فما مدى تأثيره على توزيع محلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزية؟ لاختبار ذلك أوردت الدراسة الجداول التالية:

جدول رقم (٤-١٣)

معامل ارتباط الكثافة الصافية للسكان بالأسواق الشريطية

		كثافة السكان	الأسواق الشريطية
كثافة السكان	Pearson Correlation	١	.٢٧٥(*)
	Sig. (٢-tailed)	.	.٠٣٣
	N	٦٠	٦٠
الشريطية الأسواق	Pearson Correlation	.٢٧٥(*)	١
	Sig. (٢-tailed)	.٠٣٣	.
	N	٦٠	٦٠

* Correlation is significant at the ٠.٠٥ level (٢-tailed).

المصدر: من حساب الباحثة.

من خلال تحليل الجدول(٤-١٣) الذي اختبر العلاقة الإحصائية ما بين كثافة السكان وتوزيع محلات الأسواق الشريطية، أثبت كبر القيمة المحسوبة لارتباط بيرسون عن نظيرتها النظرية، وجود علاقة قويـــة

التأثير مابين الكثافة السكانية في الأحياء ونصيبها من الأسواق الشريطية، فكلما زادت الكثافة السكانية زادت أعداد الأسواق الشريطية في الحي، مما يعكس قوة تأثير الحجم والكثافة السكانية على الأسواق الشريطية على وجه الخصوص، وتقليص بؤرة توزعها على الأحياء الصغيرة المتضخمة سكانياً في مساحات ضيقة، وبالتالي كثافة عالية تخللها امتداد الشوارع التجارية بالمدينة، مما يعني مشكلات مكانية وصعوبات في الانتقال وطول في المسافة الزمنية، لتخطي كل تلك العقبات، الأمر الذي يشير إلى عشوائية التوزيع لهذه المحلات، وهو جانب ستختلف ملامحه بالتأكيد على مستوى الأسواق المركزية، الأكثر منطقية ومرونة في اختيار مواقعها، ويمكن التحقق من هذا من خلال جدول التالي:

جدول رقم (٤ – ٤ ١)

معامل ارتباط الكثافة الصافية للسكان بالأسواق المركزية

		كثافة السكان	الأسواق المركزية
كثافة السكان	Pearson Correlation	١	.٠٢٢
	Sig. (٢-tailed)	.	.٨٦٦
	N	٦٠	٦٠
الأسواق المركزية	Pearson Correlation	.٠٢٢	١
	Sig. (٢-tailed)	.٨٦٦	.
	N	٦٠	٦٠

المصدر : من حساب الباحثة

من خلال تحليل الجدول ظهر ضعف العلاقة بين كثافة السكان وتوزع الأسواق المركزية، حيث بلغت قيمة الارتباط المحسوبة ٢٢٠ . ، وهي أصغر من نظيرتها النظرية، وذلك عند مستوى دلالة ٠٥ . ٠، مما يقضي بقبول فرض العدم ورفض الفرض البديل، وقد ظهر هذا نتيجة لاختلاف مناطق توزعها بين أحياء صغيرة ومتوسطة وكبيرة، مما أضعف من عامل الكثافة السكانية على توزيعها، ويمكن تتبع صورة أكثر شمولية للحجم السكاني والتواجد السوقي بدراسة الجدول التالي لتوزع السكان على مستوى القطاعات.

جدول رقم(٤ –١٥)

أعداد السكان وكثافتهم في القطاعات

القطاعات	السكان	المساحة الإجمالية كم	المساحة المبنية بالهكتار	الكثافة الصافية نسمة لكل كم	عدد الأسواق المركزية	عدد الأسواق الشريطية
العتيبية	٢٦٠٦٠١	٤٦٢.٢٩	١٠٩٠.٢	٢٣٩	١٠	١٢٧٤
المسفلة	٢٥٨٧٥٢	٣٤٢.٤٥	١٠٥٤.٩	٢٤٥	٤	٦٨٤
المعابدة	٢٤٨٩٥٠	٢٨٤.٢٣	١٢٨٥.٧	١٩٣	١١	١١٠٢
الشوقية	١٨١٠٧٢	٢٥.١٠٤	٢٦٨٠.٦	٦	١	–

العزيزية	١١٤٢٦٣	٣٥.٩٨	١٦٦٧.٢	٦٨	٩	٩٩٣
العمرة	٩٦٥٢٦	٢.٠٣٩	٣١٢٣.٣	٣٠	٣	١٦
الشرائع	٨٢٣٠٩	١٨.٦٤	٢٢٨٢	٣٦	٣	٢٩١
أجياد	٨٠٧٧٧	٣.٤١	٢٨١.٤	٢٨٧	٠	٢٠١
الغزة	٥١٧٥٠	٢.٩١	٢٣٣.٢	٢٢١	٠	٤٩٣
المجموع	١٣٧٥٠٠٠	١٤٢١.٣٤	١٣٦٩١		٤١	٥٠٥٤

المصدر: الباحثة اعتماداً على بيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ والعمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أكبر القطاعات حجماً هو قطاع العتيبية حيث بلغت نسبته١٩%، كما حاز على أكبر نسبة من الأسواق الشريطية بلغت حوالي ٢٥% من أسواق المدينة، وعلى نسبة كبيرة من الأسواق المركزية بلغت ٢٤%، أي أن هذا القطاع قد استحوذ على ربع أسواق المدينة الشريطية والمركزية، لكونها من الأحياء القريبة من المنطقة القديمة، بالرغم من ضيق مساحة أحيائها، مما أوجد كثافات سكانية عالية نسبياً مقابل حجمها السكاني الكبير، بينما كان قطاع الغزة من أصغر القطاعات في حجمها السكاني ونسبتهم٣%، وقابلها تناقص واضح في المساحة، تبعه انخفاض واضح في الكثافة الصافية للسكان، لذالك انعدمت فيه الأسواق المركزية، بينما تركز فيها حوالي ٩% من محلات الأسواق الشريطية بالمدينة.

ويعد قطاع الشوقية من أكثر القطاعات قرباً من النمط السائد* لحجم السكان بالقطاعات، إذ يمتاز بسرعة النمو فهو بمثابة ورشة عمل في البناء والتشييد في الوقت الحالي، وهو من أكبر القطاعات مساحة، وبالتالي أصبح من أقل الأحياء السكنية كثافة بالسكان، ونظراً لحداثته فلم يتواجد به سوى سوق مركزي واحد مع خلوه من الأسواق الشريطية، التي بدأت تشق طريقها للوجود في الفترة الراهنة، ولقد تركزت الأسواق بنويعها في قطاعات العتيبية والمعابدة والعزيزية العشوائية في تنظيمها، مع وجود أحياء أكثر اتساعاً و تنظيماً وأقل ازدحاماً كالشوقية والعمرة إلا أنها لم تنل نصيبها من الأسواق، وبلغت نسبة القطاعات التي تجاوزت النمط السائد ٤٤% من القطاعات، في حين انخفضت النسبة الباقية ٥٦% عن النمط السائد للقطاعات في حجمه السكاني، ويبرر هذا التباين في الأحجام تباين سمات كل قطاع من القطاعات التي تبدو المفارقات بينها كبيرة، بين حداثة وقدم وبين تنظيم وعشوائية، واتساع وضيق في المساحة، إذ يعد قطاع العمرة من أكثرها اتساعاً في المساحة المبنية، ومن هذا التحليل يظهر أن أكثر الأحياء تكاملاً في الحجم والمساحة الإجمالية والكثافة هو حي الشوقية والذي يعد نواة لمنطقة تجارية ستطرح ثمارها قريباً بفضل تلك الخصائص، أما أشدها تضخماً في السكان وضيقاً في المساحة وارتفاعاً في الكثافة فهما قطاعا العتيبية والمعابدة واللذان تمتعتا بكثافة سوقية عالية في المركزية والشريطية على حد سواء، مما يؤكد وبقوة جاذبية الأسواق المركزية والشريطية نحو الأحجام السكانية الضخمة و إن ضاقت

* النمط السائد للسكان في القطاعات١٥٢٧٧٧نسمة

المساحة التابعة لذلك التضخم، غير أن العنصر السكاني لم يأتِ على عرق واحد وخاصة بمدينة مكة المكرمة الدينية، وهي البوتقة التي انصهرت فيها مختلف الأعراق والشعوب.

- **الخصائص العرقية:**

لقد تأثرت التركيبة السكانية للمدينة بمكانتها وقدسيتها الدينية، التي جعلتها عبارة عن خليط من الأعراق المتوطنة بالأراضي المقدسة، والتي تتحدد من أكثر من ٣٥دولة من دول العالم الإسلامي، إضافة إلى مناطق الأقليات الإسلامية في الصين والهند وبورما ودول آسيا الوسطى وأفريقيا، حتى تكونَ نتيجة لذلك أحياء عرقية اتخذت أسماءها من أصول سكانها، مثل أحياء الملاوي والهنداوية والشامية والعتيبية (الغامدي، ١٤٢٢هـ، ص٢٥٦-٢٥٨) لتمتاز المدينة بتشكيلاتها السكانية المختلطة سواء أكانت سعودية أو غير سعودية، فالسعوديون ينقسمون إلى قسمين:

١/**قبليون**: يقطنون الجهات الشمالية والشرقية من مدينة مكة، في حي العتيبية والشرائع والعزيزية وجبل النور.

٢/**حضر**:يقطنون في الغرب والجنوب من المدينة في منطقة الرصيفة والهجرة والحمراء والمسفلة.

وتوجد عدة أحياء تجمع مابين الخليطين دون حدود لأحداهما عن الأخر، وتتوغل الفئات غير السعودية للسكن في المناطق العشوائية البعيدة عن التخطيط وهم على فئتين أوسع انتشاراً: فالقادمون من أندونيسيا وماليزيا وتايلند سكنوا واستقروا بحارة الشامية والفلق وشعب علي، والقادمون من الهند بمختلف لهجاتهم سكنوا المسفلة وجبل عمر وبالتحديد في منطقة كانت تعرف بدحلة الرشد، كما يتمركزون في الخالدية والكعكية والغزة بمنطقة تعرف بقوز النكاسة، أما القادمون من اليمن فقد سكنوا قمم الجبال مثل جبل عمر وجبل السودان وجبل هندي، أما الأفارقة فيقطنون في حي المنصور والهنداوية والطندباوي وأجزاء من المسفلة، بينما سكنت الجالية الأفغانية في حي السليمانية بالقرب من مقبرة المعلاة، أما القادمون من تركستان وبخارى وسمرقند وتركيا وروسيا فقد سكنوا في مواقع مختلفة من المدينة (كتبي،١٤٢١هـ،ص٤٧)، فاختلاف البيئات المرسلة تتطلب إعادة بلورة البيئات المستقبلة لتلبي حاجة هذه الجاليات، فتجد أن كل منطقة تبيع السلع الخاصة بكل جالية فعلى سبيل المثال تجد الأقمشة الهندية والباكستانية منتشرة في أسواق المسفلة والخالدية ... وكذلك الأزياء الأفريقية في أسواق شارع المنصور وأم القرى، أيضاً تجد البقالات البائعة للمواد الغذائية الخاصة بالجالية الاندونيسية في الشامية والقرارة...ولابد من الإشارة هنا إلى أن أغلب الجاليات المتمركزة في مدينة مكة المكرمة هي الجالية اليمنية، بنسبة ١٩%من إجمالي الجنسيات غير السعودية، وهي من أكثر الجاليات إجادة للعمل في البيع والشراء.

هذه الصورة العمومية لتوزيع الأعراق ارتبطت بتوزع المحلات التجارية المتخصصة بسلع كل عرق وحرصت على التركز حول مساكنهم، حتى أن المتجول بين تلك الأحياء ليدرك من الوهلة الأولى تماسك المجتمع المكي وقدرته على امتصاص كل القادمين نحوها بل والتفاعل معها في قالب واحد.

- **الخصائص الاجتماعية:**

تعد الخصائص الاجتماعية من أهم القوالب التي تشكل طبيعة التفاعل بين السكان والأسواق على اختلاف أنماطها، ولهذا ستتناول الجوانب ذات العلاقة المتبادلة مع الأسواق المركزية والشريطية، والتي من أهمها:

١/توزع السكان حسب الحالة الاجتماعية:

لقد امتاز سكان مكة المكرمة بارتفاع نسبة المتزوجين بنحو ٦١%من إجمالي السكان ١٨سنة فأكثر، وتزيد هذه النسبة للمقيمين حتى وصلت إلى ٦٥%، الأمر الذي يعكس حجم الأسر من مجموع السكان، وبالتالي اتساع متطلباتهم من السلع، كما حرصت الموجات السكانية الوافدة على اصطحاب أسرها، الأمر الذي يزيد من نسبة الفئة المستفيدة من هذه الأسواق، وبالمقابل كانت فئة العزاب بنحو٣٣%من إجمالي السكان، وهي جزء مهم من قوة العمل في المدينة.

ولقد أثبتت دراسات الهيئة العليا لمنطقة مكة المكرمة أن هناك ارتفاعاً في نسبة الفئة العاملة (١٥-٦٤) بنحو٦١%من جملة السكان، وهي الفئة القادرة على الإنتاج وزيادة الدخل (الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ، ص٤٩) وهي بين المواطنين بنحو٦٠%، بينما تزيد بين المقيمين إلى٦١% كمؤشر للتوافد بغية العمل في مدينة مكة المكرمة مما يُشير إلى توفر الأيدي العاملة، وهي الفئة التي تميل إلى التسوق من الأسواق المركزية فضلاً عن أن هذه الفئة تكون أكثر تقبلاً لتجريب عادات شرائية جديدة (علوي وآخر،١٤٠٣هـ، ص٢٣) أما إجمالي السكان الذين تقل أعمارهم عن ١٥سنة، فقد بلغت نحو ٣٦% من إجمالي عدد السكان بالمدينة، وهي إحدى الفئات المرجعية المؤثرة في اتخاذ قرار الشراء (سليمان، ١٤٢١هـ، ص٢٥٦) كما وُجد ارتفاعٌ ملحوظ في سن ٣٠ سنة فأكثر، ويعود ذلك إلى ارتفاع الذكور عن الإناث حيث يعد العمل هدفهم الرئيسي من الإقامة.

كما أوضحت الإحصائيات زيادة نسبة الذكور في الفئات العمرية ٣٠سنة بنسب أكبر من الإناث، وقد يُعزى ذلك لارتفاع نسبة المقيمين من أجل العمل في المدينة المقدسة، وأما عدد الإناث في سن الإنجاب (١٥-٤٩سنة) فقد بلغت نحو ٥٤%، وترتفع هذه النسبة بين المواطنين إلى ٥٥%، بينما تصل إلى ٥٤% من الإناث المقيمات، وهذا مؤشر يساهم في التنبؤ بالنمو السكاني في المدينة من خلال الزيادة الطبيعية المتوقعة (الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ، ص٥٠)

- **الخصائص الاقتصادية:**

تتعدد أنماط السلوك الشرائي بين فئات المجتمع باختلاف الظروف المحيطة بالمستهلك، والتي تحدد أبرز ملامح العادات الشرائيةHabitual Choice لديه، وبالتالي فهي من أولى اهتمامات المستثمر،

فلأن المستهلك يتحول للشراء وفقاً للعادة وبشكل تلقائي، فهذا يضمن للمستثمر استمرارية الطلب على تلك السلع التي اعتاد الحصول عليها بأقل وقت من التفكير، وبالتالي سرعة اتخاذ قرار الشراء، لـــذلك تعتبر العادة الشرائية قراراً عاطفياً ناتجاً عن استخدام السلع عدة مرات، مما يخلق نوعاً من الـــولاء فـــلا يبحث عن بديل لها نتيجة لقوة إشباعه من هذه العادة، وهذا جانب جوهري يعده المستثمر نجاحاً سابقاً ومستمراً، لذلك يهتم أصحاب الأسواق بإجراء مسح للمنطقة التي سيقع فيها السوق، والإمكانـــات التسويقية كمتوسط دخل سكان المنطقة وما ينفقونه في التسوق.

لقد أظهرت دراسات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة نتائج عدة تبرز أهـــم سمـــات الطـــابع الاقتصادي لمدينة مكة، والتي من أبرزها مستوى الإنفاق النقدي للسكان في المدينة، والذي يقترب من ٧٠٠ريال، كما أن نحو ٥٥% من الأسر يقل فيها متوسط الإنفاق الشهري عن ٣٠٠٠ريال، أمـــا نسبة الأسر التي يتراوح إنفاقها الشهري٣٠٠٠-٦٠٠٠ريال فقد بلغ نحو ٣٥%، في حين قلت الأسر التي تنفق ٦٠٠٠ريال وأعلى بنحو٩%، مما يعكس مدى توسط الإنفـــاق الشـــهري لـــدى الأســـر السعودية(في مدينة مكة المكرمة) لتلبية متطلباتها (عطية،١٤٢٥هـــ،ص٤٥) والتي من المتوقع أن ترتفع في ظل توجه المجتمع نحو توسيع قاعدة الدخل، وما منحته السياسات الحكومية من زيادة في الـــدخل، خلال عام١٤٣٠/١٤٢٨هـــ، إلى جانب اتساع مجالات الاستثمار وتنمية الاقتصاد وعمل المرأة ...، وهي بيئة جيدة يمكن من خلالها التنبؤ بتزايدها مستقبلاً، وسيخدم ذلك توفر قوة العمـــل (القـــادمين للعمل والراغبين فيه) والذين بلغت نسبتهم حوالي ٣٢٨ألف نسمة، منهم٧٣% مســـتغلون و٢٦% عاطلون. وبالتالي تهيئ المتسوقين القادرين للشراء منها، فكلما ارتفع المستوى الاقتصادي في المدينة دل ذلك على ارتفاع معدل الإنفاق، لذلك يتوقع تزايد أعداد الأسواق مع ارتفاع المستوى الاقتصـــادي، فالعاملون والمنفقون والمستثمرون هم أهم العناصر البشرية لجدوى العمل التجاري في الأسواق(الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٧هـــ، ص٧)

وإذا ما تتبعنا نصيب منطقة مكة المكرمة-بصورة عامة- من العاملين في مهنة البيـــع نلاحـــظ مـــا امتازت به عن باقي المناطق الإدارية، من خلال الجدول التالي:

جدول رقم(٤-١٦)

العاملون في مهنة البيع بمناطق المملكة

الرقم	المنطقة الإدارية	العاملون بالبيع	
		سنة١٤٢٧هـــ	سنة ١٤٢٨هـــ
١	الرياض	٤٣.٥١١	٤٩.٦٦٩
٢	مكة المكرمة	٤٨.٥٨٣	٥٨.٢٢٦
٣	المدينة المنورة	١١.٨٦٤	١٠.٦٤٠
٤	القصيم	١٤.٠٦٠	١٣.٥٥٨
٥	المنطقة الشرقية	٤٠.٠٣١	٣٢.٠٨٣
٦	عسير	١٠.٥٢٢	٧.٨٢٤
٧	تبوك	٤.٣٦٠	٣.٨٠١

المصدر: الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عن مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات بوزارة الاقتصاد و التخطيط ٢٠٠٧م.

من خلال تحليل جدول(٤-١٦) وبالمقارنة مابين التزايد في عدد العاملين بمناطق المملكة الإدارية، نلاحظ أن منطقة مكة المكرمة هي الأولى دون منازع في تزايد أعداد العاملين بمهنة البيع،كما أظهر الجدول أنها أكثر المحافظات تزايداً في أعداد العاملين في البيع، لحقتها في المرتبة الثانية منطقة الرياض رغم مركزها السياسي، مما يشير إلى قوة العوامل الجغرافية والاقتصادية بمنطقة مكة غلبت فيها قلب الدولة السياسي.

ومن خلال هذه القراءات السريعة للعامل السكاني نخلص إلى مدى توفر الثروات السكانية المنتجة والمستهلكة القادرة على تفعيل النشاط التجاري بالمدينة، وهي قريبة للتكامل في نضوج السكان جنسياً وعمرياً واجتماعياً واقتصادياً عزز ذلك الدور عدة عوامل اقتصادية واجتماعية منها:

أ/ارتفاع المستوى المعيشي للفرد واتساع نطاق احتياجاته من السلع والخدمات.

ب/تحول التسوق إلى مجال للترفيه والترويح.

ج/تكامل احتياجات الفرد من السلع والخدمات ورغبته في الحصول على كافة متطلبته من موقع واحد.

هـ/زيادة تأثير المرأة والأسرة في الشراء.

و/تطور فنون العرض في الأسواق.

ز/تزايد أهمية مواقف للسيارات لدى المستهلك الذي بات حريصاً على الوقت.

ح/تحول منطقة وسط المدينة من مركز تجاري إلى مركز خدمات بسبب تكاثف الحركة المرورية فيها. (أبو ركبة، ١٤٠٦هـ، ص٢٣)

٤-٤ مراحل النمو العمراني:

تشكل المدينة الواحدة نظاماً تتكون عناصره ومكوناته من المناطق الفرعية أو كل الأحياء داخل المدينة، ويشكل هذا المفهوم إطاراً مهماً لدراسة جغرافية المدن، والتي تعمل على فهم المدن بشكل صحيح لأن أي تغيير في أحد عناصر النظام يؤثر على العناصر الأخرى، وبالتالي فتأسيس مركز تجاري في مدينة مثل مدينة مكة المكرمة يؤثر ولاشك على حيوية أنشطة تجارية أخرى.

لقد سارت طرق المدينة المقدسة مجارية لشعابها وأوديتها؛ ولاحقتها المساحات العمرانية بالمدينة متأثرة بتضاريسها الوعرة، ومغطية لسفوح جبالها خاصة في المنطقة المحيطة للحرم ،مثل شعب عامر ومنطقة القرارة والنقا وجبل الكعبة ومناطق المسفلة، مما نتج عنه نمط عمراني متكتل Agglomerated Settlement عالي الكثافة، ذو أزقة ضيقة متعرجة، وسلالم ومدرجات حادة الارتفاع ومغطية لسفوح الجبال، وكما أشرنا سابقاً بأن الطرق امتدت عبر منافذها الطبيعية، فقد سار العمران بمحاذاتها متدفقاً من المركز بنفس الاتجاهات آخذاً الشكل الإشعاعي نمطاً له، وقد كان من أثر ذلك ظهور بعض الأنشطة التجارية المحدودة و المتمثلة في أحياء أجياد والشامية والقرارة والمسفلة، ولا يمكن إنكار أثر

توجهات الدولة في تطوير الخدمات الأساسية والاجتماعية والثقافية في كافة مدن المملكة وفي مدينة مكة المكرمة على وجه الخصوص، لامتيازها بالوظيفة الدينية، كما أثرت القروض الميسرة ومنح الأراضي في أطراف المدينة على إيجاد طفرة واضحة في العمران، حيث بدأ العمران ينتقل من مرحلة التكتل في المركز إلى مرحلة الانتشار نحو الأطراف (الغامدي، ١٤٢٢هـ، ص٢٥٦-٢٦١) نتج عنه الشكل الشاذ البعيد عن دائرية المدينة (مصيلحي ، ٢٠٠٠م،ص١٨٥-١٨٧)

ولمواجهة هذا التغير اتجهت البلديات ومكاتب التخطيط الإقليمي لإعداد الخطط والدراسات التي تحفظ توازن النشاط التجاري بالمدينة كأحد الأنشطة الحضرية المهمة، وذلك بمواكبة المؤسسات التجارية للامتداد العمراني الحديث، مما أوجد اتجاهين لانتقال الأسواق الشريطية والأسواق المركزية، أولهما: التمركز نحو المناطق الوسطى المركزية بالقرب من وسط المدينة وإلى جوار الأحياء السكنية، مثل مركز المسفلة ومركز العتيبية والأسواق الممتدة على طول طريق المسجد الحرام، في حين اتجه ثانيهما: نحو الأحياء الحديثة بأطراف المدينة وضواحيها، مثل سوق القوافل والهجرة والأسواق الممتدة على طول طريق إبراهيم الجفالي (العمل الميداني،١٤٢٨هـ)حيث ساعد الاتجاه الثاني على تقليل الضغط وتخفيضه على منطقة المركز بالمدينة، وهذه نقلة نوعية من مرحلة التحضر والنمو إلى مرحلة النزوح نحو أطراف المدينة (الراشد، ١٤١٣هـ، ص٤٩-٥٠) .

ولقد مر عمران المدينة بقفزات أبرزها كان عام ١٣٤١هـ،حيث ظهرت متكونة من أحد عشر حياً فقط وهي: القشاشية وسوق الليل وأجياد والشبيكة وحارة الباب والشامية والقرارة والنقا والفلق وشعب عامر وشعب علي،والتي بلغت مساحتها مجملة ١.٤كم٢ فقط، ثم بحلول ١٣٧٥هـ تعددت أحياء المدينة وأصبحت أربعين حياً وهي(إضافة إلى الأحياء السابقة): جرول والعزيزية والطندباوي والسليمانية والجميزة والمعابدة والعتيبة والفيصلية ومنى والرصيفة والهنداوية والزهراء والزاهر والنزهة والتنعيم وبطحاء قريش والهجرة والغسالة والعدل والشرائع والعوالي وجبل النور والنوارية والبحيرات والخنساء والشيشة والروضة والخالدية والحمراء، وأصبحت مساحتها مجملة ٧.١١كم٢ فقط (كوشك،١٤١٥هـ، ص١٣٥-١٣٧) حتى حل عصر الطفرة الاقتصادية التي امتدت فيها الطرق لمسافات أطول، لتصبح في عام ١٤٢٤هـ٦٠حياً، ويمكن تتبع مراحل نموها في الشكل (٤-١٠): والذي من خلاله يمكن تقسيم تطور النمو العمراني في مدينة مكة المكرمة إلى أربع مراحل – وفقاً للإحصاءات المتوفرة– على النحو التالي:

- عمران المدينة خلال الفترة ١٣٩٠-١٤٠٣هـ:

يلاحظ من الشكل أن العمران كان محصوراً في منطقة الحرم وما أحاط به، بدأت بعدها طفرة استعمال السيارات للانتقال ويسر الحصول عليها، وما ترتب عليه من حرية في الحركة وسهولة الوصول Accessibility؛ أدى إلى تغير جذري في البيئة العمرانية، والتي نمت نمواً حثيثاً بعيداً عن قيود الحدود

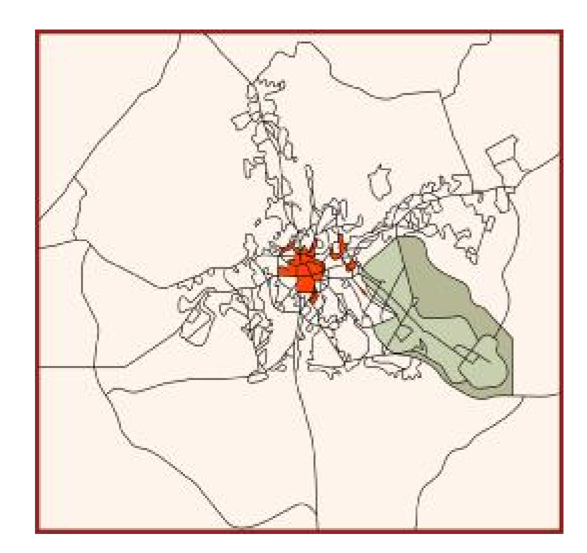
الضيقة والمسافات القريبة (السرياني، ١٤٠٥هـ،ص١٣-٢٨)، وتمدد فيها العمران نحو منافذ الأودية خاصة في شرق وغرب المدينة كشرايين لأذرع العمران، امتدت على جانبي طرقها محلات الأسواق الشريطية في شارع المسجد الحرام، وشارع خالد بن الوليد والشوارع المحيطة بالمسجد الحرام، وهذه نواة الامتداد الجنوبي الشرقي لأسواق المدينة، تلاحقت مع تلك الظروف طفرة اقتصادية عاشتها المملكة العربية السعودية بفعل الاقتصاد النفطي، والذي أثر على النمو العمراني مباشرة، حيث تضاعف حجم الهيكل العمراني مرتين خلال ١٢عاماً، وفي هذه الفترة ولدت عدة مخططات حديثة التنظيم، مثل مخططات الشرائع، ومخططات العمرة والنوارية، وهي من الأحياء الخالية من الأسواق المركزية.

وقد بلغ إجمالي مساحة النمو العمراني في هذه الفترة نحو ١٣٩١هكتاراً، وهو ما يعادل٩% من المساحة الحالية، بينما كان الحجم السكاني للمدينة يقدر بنحو ٣٠١٠٠٠نسمة، ويعني هذا أن الكثافة الصافية قد بلغت ٢١٦شخص/هكتار، وهو تركز سكاني كبير، يشير إلى أن مدينة مكة المكرمة كانت بمثابة تجمع صغير في بداية عصر التحول إلى مرتبة المدن الكبرى، وهو العصر الذي بدأ مع التوسعة السعودية الأولى للحرم المكي(الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ،ص٦٠-٦١)

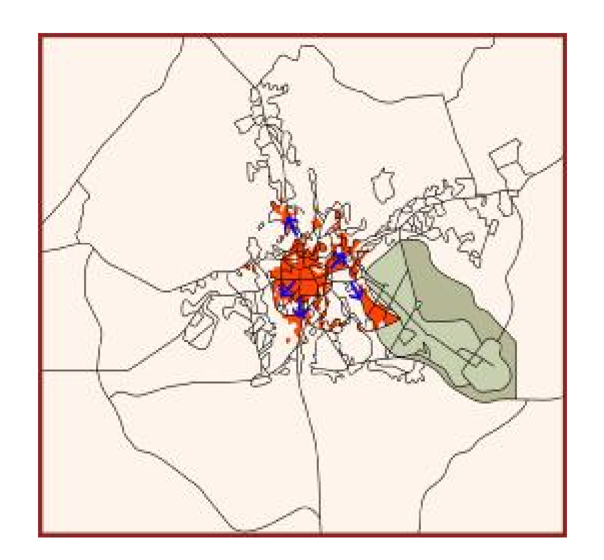
شكل رقم(٤-١٠)

مراحل النمو العمراني للمدينة

في عام ١٣٩١ هـ

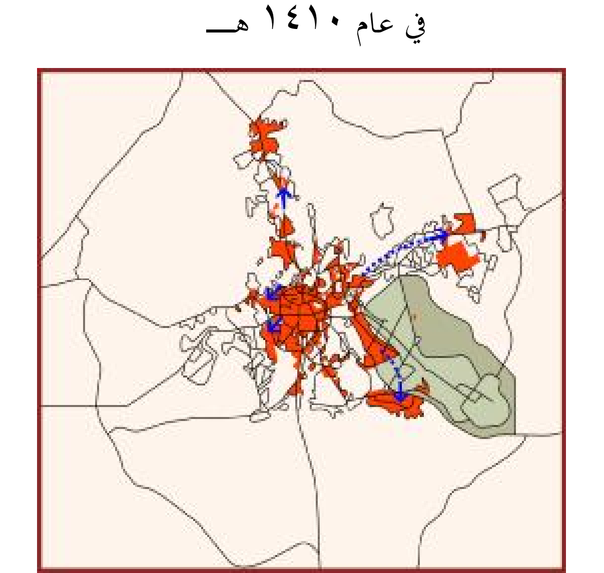


في عام ١٤٠٣ هـ



في عام ١٤٢٤هـ

في عام ١٤١٠ هـ



المصدر: الغامدي،١٤٢٢هـ ص٢٦

وقد تلخصت اتجاهات النمو العمراني لهذه الفترة في خمسة اتجاهات توزعت عليها أولى المراكز التجارية:

١/ الاتجاه الشمالي الشرقي على طريق السيل باتجاه الشرائع.

٢/الاتجاه الشمالي الغربي على طريق المدينة المنورة باتجاه النوارية، ظهر عليه مركز التعاون المشترك(١٤٠٠هـ).

٣/الاتجاه الجنوبي الشرقي على طريق الطائف باتجاه العزيزية و العوالي، الذي ظهر عليه مركز العزيزية التجاري عام(١٤٠٩هـ).

٤/الاتجاه الجنوبي الغربي على طريق الليث باتجاه منطقة الكعكية ووادي السلولي.

الاتجاه الدائري جنوب مدينة مكة المكرمة على امتداد الطريق الدائري الثالث.(وزارة الشؤون البلدية والقروية لتخطيط المدن، ١٤٢٥هـ،ص٤)

- عمران المدينة خلال الفترة (١٤٠٣هـ،١٤١٠هـ):

لقد كانت هذه الفترة هي امتداد لمرحلة الطفرة الاقتصادية وانتعاش سوق العمران، وازداد فيها التصاق النمو العمراني بالمحاور الإشعاعية للمدينة، التي تربطها بباقي أجزاء المملكة وبخاصة على محور

طريق المدينة باتجاه الشمال، حيث التحم العمران مع تجمع النوارية وظهر مركز الهجـرة في مرحلـة لاحقة، كما امتد على طريق الشرائع جهة الشرق، وتأسست في هذه المرحلة مخططات منح الأراضـي من أمانة العاصمة المقدسة في أجزاء متفرقة من المدينة؛ جنوب شرائع المجاهدين وشمال شـرقي ناحيـة شارع الحج أحد الشوارع التجارية إضافة لشارع الشهداء، كما ظهر مركز الدواس (١٤٠٠هـ) وفراج الحازمي ولحقته عدة محلات تجارية تقدم غالبيتها الأثاث المنزلي تبعاً لمراكز المنطقة.

وفي هذه الفترة ظهر مشروع الإسكان في منطقة الرصيفة، كما بدأ النمو في منطقة العوالي جنوب المدينة على طريق الهدا/الطائف، ومنه تفرع شارع إبراهيم الجفالي أحد أهم الشوارع التجارية في المدينة والذي غلب عليه تقديم السلع الغذائية كسلع أساسية تحتاجها المناطق السكنية الحديثة بهذا الحي(الهيئـة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ١٤٢٤هـ،ص٦٣) ومن أحدث المخططات المنظمة في تلك الفترة مخطط السبهاني ومخطط بطحاء قريش ومخطط السفياني ومخطط اللحياني ومخططـات وادي السـلولي ومخططات الشرائع (١، ٢، ٣، ٤، ٥). أما غرب المدينة فقد كان أبطأ نمواً من باقي الجهات، ويمكن تبرير ذلك بتكتل الجبال بشكل واضح في ذلك الاتجاه، وهو الاتجاه الذي تقلص فيه توزيع الأسـواق الشريطية والمركزية على حد سواء، (السرياني،١٩٨٦م، ص٣٠)

ليأخذ الشكل العمراني شكلاً محدداً بأربعة محاور رئيسية هي:

١/طريق السيل/الطائف ،حيث النمو الواضح لمخططات الشرائع.

٢/طريق مكة /المدينة حيث نمت المخططات السكنية لمنطقتي العمرة والنواريه.

٣/طريق الهدا الطائف إذ نضجت منطقه العوالى وأصبحت أكثر تكاملا في خدماتها.

٤/طريق مكة/الليث المحاط بمخططات وادي السلولي.

وتعد هذه الطرق أصولاً امتدت من خلالها معظم الشوارع التجارية في مدينة مكـة المكرمـة في مرحلة لاحقة وتتفق هذه الأذرع منطقيا مع متطلبات النمو للمدينة، وقد بلغ إجمالي المساحة العمرانية في نهاية هذه الفترة بـ ٩٥٣٧هكتاراً، وهو ما يعادل٦٣%من مساحة الكتلة العمرانية، وهو يعكس مدى تضاعفها خلال سبعة أعوام، وفي عام ١٤١٠هـ بلـغ الحجـم السـكاني للمدينـة نحـو ٨٣١٠٠٠نسمة، بما يعني كثافة سكانية صافية بلغت ٨٧نسمة لكل هكتار، وهذا يظهر تدني الكثافة الصافية مع تزايد النمو العمراني السريع، مقارنة بكثافة السكان في الفترة السابقة، وبذلك هيأت هـذه المرحلة لظهور مراكز تجارية جديدة أكثر نضجاً وتكاملاً من سابقتها.

- عمران المدينة خلال الفترة (١٤١٠هـ،١٤٢٤هـ):

مع بداية هذه الفترة بدأت المدينة في الدخول إلى مرحلة الاتزان Equilibrium العمراني، والـذي ظهر من خلال معدل نمو العمران ومعدل نمو السكان، حيث انتهت الطفرة الاقتصادية (الهيئة العليـا لتطوير منطقة مكة المكرمة،١٤٢٤هـ، ص٦٣) واكتملت البنية التحتية بها من جسـور وشـبكات كهرباء ومياه وصرف صحي، إضافة إلى الخدمات الأساسية من أمن وإطفاء ومستشفيات وعيـادات

صحية ومراكز الدعوة والتوجيه، كما ولد في هذه الفترة عدة مخططات أولها مخطط الشوقية، لحقهـا بطحاء قريش والربوة وروابي كدي والمناطق المستصلحة منها في جنوب مكة، مما يشير إلى نمو متوقـع مستقبلاً، مع تكاملها في البنية التحتية تبعاً لاستوائها وقلة منحدراتها (الغامدي، ١٤٢٢هـ،ص٢٥٤) ومع هذا الامتداد ظهرت عدة أسواق مركزية وأخرى شريطية مثل أسواق شارع المنصور والمسـجد الحرام وأم القرى، وبلغت المساحة العمرانية ١٥١٥٩هكتاراً، بزيادة قدرها٣٧% عن العمران في هذه الفترة، بمعدل نمو يقترب من ٣%، بينما كان معدل النمو السكاني في حدود ٣%، ليصـل الحجـم السكاني في عام ١٤٢٤هـ ١٣٧٥٠٠٠نسمة، لتبلغ الكثافة السكانية الصافية ٩٠ شخص/هكتار، الأمر الذي يشير إلى نضج عمراني يوافقه نمو سكاني أكثر من فترات النمو السابقة لكليهما(الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة، ص٦٣)

جدول رقم(٤-١٧)

نمو السكان والكتلة العمرانية بمدينة مكة المكرمة(١٣٩١ــ١٤٢٤هـ)

السنة	مساحة الكتلة العمرانية (هكتار)	عدد السكان نسمة	الفترة الزمنية (سنة)	معدل نمو العمران السنوي	معدل نمو السكان السنوي	الأسواق المركزية
١٣٩١	١٣٩١.٢	٣٠١٠٠٠	٠	-	-	-
١٤٠٣	٤٣١٥.٨	٥٦٦٤٦٠	١٢	%٩.٩	%٥.٤	٢
١٤١٠	٩٥٣٦.٧	٨٣١٠٠٠	٧	%١٢	%٥.٦	٣
١٤٢٤	١٥١٥٩	١٣٧٥٠٠٠	١٤	%٣.٤	%٣.٧	٢١

المصدر : تحديث المخطط الهيكلي لمدينة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ ص٦٤.

ومن خلال تحليل الجدول نجد أنه من الممكن الكشف عن مدى الارتباط بـين معـدلات النمـو السكاني والعمراني، والذي يصف علاقة طردية يزداد فيها النمو العمراني تبعاً لزيادة النمـو السـكاني السنوية، لكن ما يستوجب الإشارة له أن النمو في السنوات الأخيرة كان أسرع من سابق عهده، وهي نتيجة طبيعية لتطور وسائل التشييد والبناء والتعمير والاتصال والنقل، حـتى زادت مسـاحة الكتلـة العمرانية، ظازداد تبعاً لها عدد الأسواق لذلك فمن المناسب تتبع ذلك التذبذب في النمو مـن خـلال الشكل التالي:

من خلال تحليل الشكل (٤-١١) نلاحظ التزايد الطردي بين نمو الكتلة العمرانية لمدينة مكة وتزايد الأسواق المركزية، والتي ازدادت سرعة نموها بقيم عالية في السـنوات الأخـيرة، نتيجـة للظـروف الاقتصادية لنمو المدينة، وما طرأت عليها من حركات تطوير هيأت الظروف المناسبة لنمو الأسـواق، الأمر الذي يُشير بكلتا يديه ليؤكد على إمكانية التنبؤ بتزايد أعداد هذه الأسواق مستقبلاً.

لنخلص من ذلك كله إلى أن هذه المرحلة تتسم بالتوجه نحو الترابط والتماسك بين رقع العمـران المركزية وأطرافها، وهو تغير جذري تحول فيها التجمع الصغير المحيط بالحرم والمرتبط بالمشاعر إلى مدينة مليونية مترامية الأطراف ومتعددة الوظائف والأنشطة.

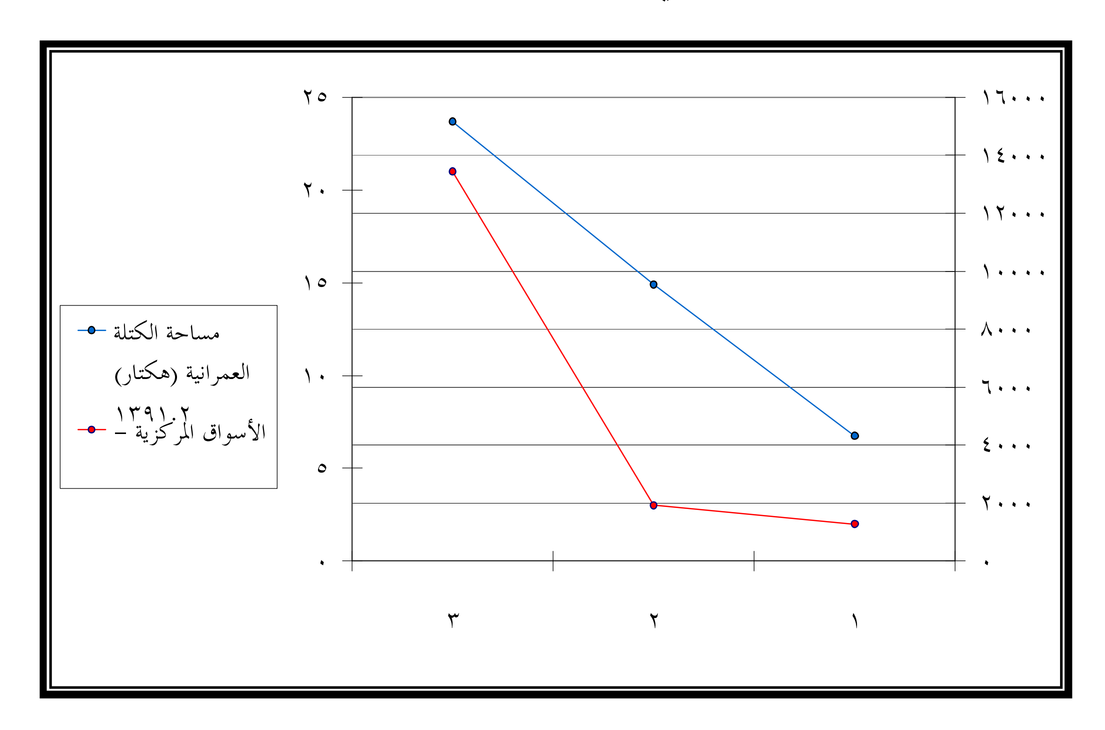
لقد امتازت هذه المرحلة بالتكامل العمراني الذي هيأ لوجود محيط فاعل لزيادة عـــدد الأســـواق المركزية والأسواق الشريطية، حيث اتسعت الأحياء المأهولة وزادت المســـافات المقطوعـــة للوصـــول لأسواق المدينة في المركز، مما زاد من أطوال المحاور التجارية وتبعته زيادة محلاته التجارية.

ومن أبرز أسواق هذه المرحلة:مركز الأنوار والقوافل (١٤١٠هـــ)بالضيافة والشوقية، ومركز السلام (١٤١٣هـــ) بالجامعة، ومركزي الصفا والهجرة(١٤١٤هـــ)بالخنساء و العمرة، ومركـــز العـــوالي (١٤١٦هـــ)بالعوالي، تلا ذلك ظهور الرصيفة الدولي ومتاجر العرب والتعاون (١٤١٧هـــ) بالرصيفة وجبل النور ووادي جليل.

بدأت الأسواق بصفة عامة والمركزية خاصة بالانتقال إلى مرحلة جديدة عُرفت بمرحلة المجمعـــات التجارية الأضخم حجماً والأكثر تنوعاً في سلعها وبضائعها وخدماها، حتى خرجت إلى مجالات أوسع نحو الرفاهية وأساليب الترويج العصرية، والتي جاءت لتكمل النقص الواضح في المركز التجاريـــة مـــن ناحية التنظيم والتصميم، لتبدأ استخدامات الأراضي في التمركز حول نويات مركزية نتيجـــة انتقـــال الكثافات السكانية نحوها ونمو التوسع العمراني، لتساهم هذه النويات في اختصار الرحلات التســـويقية لسكان أطراف المدينة وضواحيها (مصيلحي، ١٤٠٥هـــ، ص٧١-١٨٨) والتي قد تتكامل مع تزايد أعداد الأسواق المركزية مستقبلاً، وهذا يبرز تزايد هذه النقاط التسويقية تبعاً لتزايد المساحة العمرانيـــة للمدينة، إلى جانب أعداد الأسواق الشريطية المتزايد مع تزايد أطول المحور الرئيسية، مثل أسواق شارع أم القـــرى وأسواق الملك عبد الله (العمل الميداني،١٤٢٨هـــ)

شكل رقم (٤-١١)

ارتباط النمو العمراني(١٣٩١هـــ)بعدد الأسواق المركزية



المصدر: بيانات المخطط الهيكلي لمدينة مكة المكرمة ١٤٢٤هـ وبيانات العمل الميداني.

ومن أبرز المجمعات Hypermarket ومراكز هذه الفترة: مجمع الحجاز(١٤١٨هـ) بالنزهة، والكرم والسوق الصغير والمسفلة عام(١٤١٩هـ) بريع ذاخر والعزيزية والمسفلة ، بعد ذلك ظهر مركزا العائلة والحارثي عام(١٤٢٠هـ) بالجامعة والراشدية، ومركز الدرة عام(١٤٢١هـ) بريع ذاخر، أيضاً من المجمعات التجارية الكبرى: مجمع الضيافة(١٤٢٢هـ)بالضيافة، واكبه ظهور مركز فقيه للسجاد في ريع ذاخر، أيضاً من المراكز القرشي والبحيرات والمرسى والبسام في عام (١٤٢٣هـ) في الخضراء والبحيرات والضيافة والجامعة، لحق ذلك ظهور مجمع ذي المجاز ومركز محمود سعيد والمنصور عام(١٤٢٤هـ)، وهي

الفترة التي ازدادت فيها أعداد الأسواق المركزية بصورة سريعة، حيث شهد عام(١٤٢٥هـ) ظهور عدة أسواق وهي: الوطن مول والهدا وعالم السيارات والعرب وبلوتوث سنتر وبقبق ومدينة الأضواء والعتيبية المركزي، وهي موزعة في الضيافة والحجون وجبل النور والروضة والخالدية والرصيفة والأندلس، وهي الأحياء المتاخمة للمنطقة المركزية في موقع يجمع بين خدمة المركز والأحياء المحيطة به، ليأتي مجمع الشرائع مول ومركز درة الشرائع (١٤٢٦هـ) بالخضراء والشرائع مؤكداً هذا التزايد المتوقع، وهو من أحدث المجمعات التجارية، لحقها ظهور تمارا سنتر وفجر العوالي والنخيل بلازا بالعوالي

والرصيفة والسريع بريع ذاخر (العمل الميداني،١٤٢٨هـ) ولكنها لم تدخل في إطار وحدات الدراسة؛ إذ إنها مازالت تحت الإنشاء خلال فترة المسح الميداني.

٤-٥ كثافة الأسواق المنافسة:

ويؤثر السوق بمظاهره المختلفة: حجمه، مقدار الطلب، وتنظيمه، والمنافسة فيه ومرونة الطلب علي السلعة وأسعارها وأرباحها على الأنشطة الاقتصادية المختلفة التابعة له، هذا التنوع في الأنشطة يزيد من مدى جاذبيته لجذب أسواق أخرى للتمركز بالقرب منه.

ومن البديهي أن يختار أصحاب الأسواق المركزية المواضع التي تزداد بها الأنشطة التجارية المماثلة لضمان القرب من المتسوقين، ومن الملاحظ أن كثرة الأسواق في موقع واحد يؤدي إلى اختيار كل سوق لأساليب ترويجية لجذب الزبائن، من خلال التنظيم للخصومات وترتيب المسابقات، مما يعني تكاليف إضافية على المستهلك.

وفي مدينة مكة المكرمة نجد أن معظم الأسواق المركزية من الحجم الصغير(كما سيظهر من فصل التصنيف) والتي تقوم على المتطلبات الأساسية وتوابعها، والتي بدأت في الآونة الأخيرة الترويج للسلع الكمالية والترفيهية (مكي، ١٤٠٦هـ،ص٣٦)، ولذلك تقلص نطاقها الخدمي وبالتالي اشتدت المنافسة بين الأسواق وتلاصقت وتكتلت نقاط توزيعها كما يظهرها الشكل التالي:

يسعى المستثمر للربح دون دراسة لسمات المكان وموارده الطبيعية والبشرية، الأمر الذي نتج عنه تدخل نطاقات نفوذها وشدة المنافسة بينها، وشاركتها الأسواق الشريطية في نفس السمات، وهو جانب أوضحته الدراسة في تكتلات محلات الأسواق الشريطية في نطاقات ضيقة.

و لم تقتصر المنافسة على أسواق المدينة وإنما تعدتها إلى التنافس مع أسواق المدن الكبرى المجاورة لها، والمتباينة في تخصصاتها الوظيفية، مثل جدة والطائف والمدينة، وقد طبقت الدراسة نظرية التفاعل Interaction Model على حاضرات منطقة مكة المكرمة؛ وذلك بحساب الجاذبية اعتماداً على أحجام المدن والمسافة الفاصلة بينها، والتي أثبتت قوة علاقة التفاعل بين مدينة مكة وجدة نتيجة لكبر حجم ساكنيهما وقصر المسافة الفاصلة بينهما٧٩كم، والذي بلغت قيمته٣.٩٥ وفقاً لتعداد ١٤٢٥هـ، ولا عجب فمدينة جدة تعد نافذة المنطقة الغربية نحو العالم الخارجي، وهي المدينة التجارية والصناعية والسياسية والثقافية والسياحية، ويؤكد حقيقة ذلك التفاعل تأثير الطريق السريع لتوجيه نمو المدينتين، وظهور أحياء ومستوطنات عديدة بينهما منها: بحرة وبحرة المجاهدين، ومع هذا التمدد العمراني من المدينتين يزداد التفاعل وتتقلص المسافة، كما تتصل مكة مع نظيرتها المدينة المنورة بمسافة

تقطعها ١٣٧كم، بلغت قيمة التفاعل بينهما ١٠٨٩٨ ،وهي علاقة قديمة ربطت صناعاتها بزوار مكة، كما تشتركان في استقبال الحجاج والعمار، مما شكل حلقة ترابط بينهما، في حين كان التفاعل أقل بين مكة والطائف والتي لا تنفصل عنها إلا بـــ٨٨كم(إدارة المرور بالعاصمة المقدسة١٤٢٨هـــ) بسبب صغر حجم الطائف عن مكة حتى بلغت قيمة التفاعل بينهما ١٦٠٠٦٦ إذ تعد الطائف من أكبر المدن المتخصصة بالفائض الزراعي، لذا تجد رواجاً لمنتجاتها في مكة فقيرة الأمطار قليلة الموارد، دلل ذلك على ديناميكية التفاعل نحو العديد من المستوطنات، منها الهدا والغمير والغربة،(مصلحة الإحصاءات العامة ١٤٢٥هـــ) عزز هذا الاتصال ارتفاع المستوى المعيشي للأسرة السعودية بشكل عام، وضعف تأثير المسافة المقطوعة في رحلة الاتصال بينها، وهذا يظهر قيمة الموقع البؤري الذي اتخذته مدينة مكة بين جدة التجارية والطائف الزراعية والمدينة الحرفية.

٤-٦ نمط استخدامات الأراضي:

يقوم السكان غالباً بإشغال وتنظيم واستخدام حيز المدينة الذي يقيمون فيها لأغراضهم المختلفة، ويخصصون ما يحتاجون من حيز أو مجال لاستعمالات مختلفة،كما تختلف حاجتهم لاستخدامات الأراضي.

ولا يخفى تأثير استعمال الأرض على توجيه حركة المرور، وبالتالي التأثير على العلاقة التفاعلية بين الأسواق، حيث ظهر في عام ١٩٥٣م أول تطوير لهذا الاتجاه، وذلك بدراسة مايكل وباركن Michelle and Par kinمن جامعة بنسلفانيا، إذ توصل الباحثان إلى أن المرور هو دالة لاستعمالات الأرض وأن التغيير في استعمالات الأرض يولد أنواعاً مختلفة من حركات التفاعل التي قد تكون الأسواق أحد الاستعمالات الناتجة عنها(سيد، ٢٠٠٨م،ص٣)

وتتأثر الوظيفة التجارية بمدينة مكة المكرمة بمد وجزر المواسم التعبدية في كل عام، و المتسم باقتصاديات متقلبة Fluctuations Economies، فهي تستضيف أعداداً هائلة من الوافدينOlims لأداء شعائر الحج العمرة، يزداد عدد سكانها لحوالي ثلاثة أضعاف السكان المقيمين، ففي عام ١٤٢٠هـــ كان عدد الوافدين من خارج المملكة ١٢٠٠٠٠٠زائر، وفي عام ١٤٢٥هـــ أصبح عددهم ٢٥٠٠٠٠٠زائر؛ أي بمعدل زيادة سنوية نسبتها ١٨% نقلاً عن (www.spa.gov.sa/)الأمر الذي يعكس مدى الزيادة في كل عام للأعداد الوافدة، وهنا تظهر مدى الحاجة الملحة لتوفير المواد الغذائية بالدرجة الأولى، وتوفير مكان الاستقرار والإقامة بالدرجة الثانية، فمشكلة مدن الحج الأولى هي التموين، خاصة وأن معظمها يقع في مناطق فقيرة في إنتاجها الغذائي، هذه الحاجة هي نقطة الجذب Pull Point لفائض المحيط الإقليمي في مرحلة، والفائض العالمي في مرحلة لاحقة، والذي لابد أن يراعي اختلاف وتباين الثقافات الحضارية والمستويات المعيشية والأخلاط الجنسية Multiracial والطبائع الأخلاقية والاحتياجات الموسمية، مما يشكل عالماً مفتوحاً يحتويه المجتمع المكي المستقر ويتعايش معه بأفق مرن، وقدرة بالغة في التوافق مع مختلف الحضارات والثقافات والعادات. هذا التفاعل المتباين في عناصره يتطلب مصروفات باهظة، فخلال مدة الإقامة الموسمية تنفق المدينة ٤٥% إلى ٥٠% من

إجمالي الإنفاق الاستهلاكي السنوي لها، وهو الأمر الذي يعكس مدى عمق الوظيفة التجارية لمدينة مكة المكرمة، حيث تسخر كافة استخدامات المدينة، لإشباع وظائفها القائمة بها.

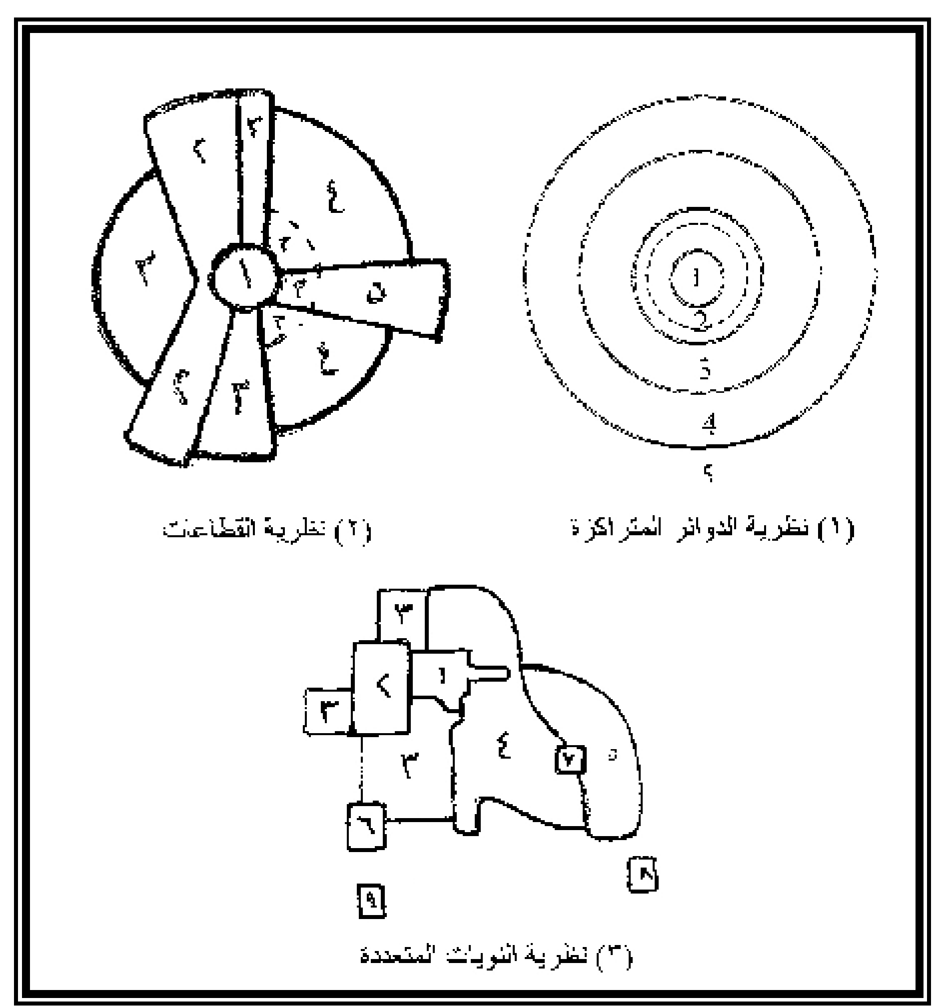
لذلك بُذلت جهود كبيرة منذ أوقات مبكرة لدراسة استخدامات الأرض وتسخيرها للإيفاء بوظائفها، ومحاولة وضع نموذج يمكن بواسطته تفسير أنماط هذه الاستعمالات، ومن تلك النظريات نظرية الدوائر المركزية لبرجس ونظرية القطاعات ونظرية النويات المتعددة، والتي يمكن دراستها في محاولة لمطابقة الأقرب منها لمدينة مكة المكرمة وذلك من الشكل(٤-١٢):

١/نموذج بورجس الحلقي:

طُبقت هذه النظرية على مدينة شيكاغو عام ١٩٣٣م، أظهر فيها بورجس نموذجه وفق ايكلوجيا النبات، حيث استعار عمليات الغزوinvasion والتنافس والإحلال secession وطبقها على مدينة شيكاغو لتفسير نموذجه الذي يبحث في دراسة التركيب الداخلي للمدينة، والذي يأخذ شكل نطاقات دائرية ، ويتراوح اتساعها بين ٢-٥كم، ويشغل كل نطاق من هذه النطاقات استخداماً معيناً (الجار الله، ١٤٢٠هـ،ص٢٠١) مفترضاً يسر طرق النقل في كافة الاتجاهات، وارتفاع أسعار الأراضي نتيجة لشدة المنافسة، والنمو فيه يولد ضغطاً مما ينقل بعض الاستخدامات إلى النطاق الذي يليه (جابر، ٢٠٠٣م، ص٢٩٦) ويشكل ضغطاً على نطاق الاستخدام التجاري، وبدوره يزداد الضغط الذي ينتقل إلى النطاق الثالث ثم الذي يليه، وهكذا بين غزو وإحلال للفئات السكانية واستخدامات جديدة محل الفئات والاستخدامات السابقة، ومن أبرز عيوبه افتراض تساوي مستويات وسائل المواصلات، وعدم منطقية

شكل رقم (٤-١٢)

نظريات نمو المدن



المصدر: الهيتي، ١٤٢٣هـ،ص٥٣-٦٣.

تقسيمه غير المتداخل بين الاستخدامات (الجار الله، ١٤٢٠هـ، ص٢٠٢) ولدى مقارنة هذا النموذج بنمط النمو في مدينة مكة المكرمة (مع وجود اختلافات كبيرة بين الظروف الطبيعية والبشرية لوحـدة

التطبيق ومدينة مكة) فقد نمت المدينة حول المسجد الحرام كنواة مركزية امتدت خارج مداه مساكن المدينة، وأحاط بتلك النواة هالة من الأسواق(السرياني، ١٤٠٥هـ،ص٥٣-٥٤) إلا أنها لم تأتِ على انتظام امتداد الحلقات الذي جاء به النموذج، إثر طغيان العامل التضاريسي في فرض أنماط خاصة لاستخدامات الأراضي.

٢/نموذج القطاعات:

كما يظهر الشكل(٤-١٥) اقتراح الاقتصادي هوم هويت Homer Hoyt نموذج نمو المدينة، والذي طبق تحليلاته على ١٤٢مدينة أمريكية (جابر، ٢٠٠٣م، ص٣٠٠) وهو يرى أن النمو الحضري للمدينة يمتد في اتجاهين الأول يحدث بتوسع المدينة من المركز نحو الخارج ويعرف بالنمو المركزي، في حين يحدث التوسع الثاني على طول طرق المواصلات من المركز إلى الأطراف مشكلاً لقطاعات معمورة مكونة بذلك الشكل النجمي، فالمناطق ذات الإيجار المرتفع تسكنها الفئات السكانية مرتفعة الدخل، وهي تابعة لقطاعات الطرق الرئيسة الممتد بمحاذاتها الأسواق-غالباً-، أما متوسطي الدخل فيترك لهم المناطق البعيدة عن المركزية (الهيتي، ١٤٢٣هـ، ص٥٩-٦١) ومن أبرز عيوب هذا النموذج: التركيز على تحليل المناطق الاجتماعية أكثر من استخدامات الأراضي، كما أن هذه المناطق الاجتماعية والنطاقات السكنية متداخلة لا يمكن الفصل بينها، وقد أغفل هذا النموذج الضواحي؛ أحد أهم النتائج الطبيعية لتطور طرق المواصلات الذي كان إحدى مرتكزات النموذج (الجار الله، ١٤٢٠هـ،ص٢٠٣) وينطبق هذا النموذج على مكة المكرمة عندما تزايدت أطوال محاور النقل من المركز نحو الأطراف، لتعمل جاهدة بالربط بينهما بالرغم من الظروف الطبوغرافية المعقدة للمدينة، مما أوجد شكلاً إشعاعياً للنمو العمراني تتباين خلاله أسعار الأراضي، الأمر الذي أثر وبشكل مباشر على توزع الفئات الاجتماعية بين فقراء المركز وأغنياء الضواحي، إلا أنها ليست بالبينية ذاتها في النموذج.

٣/نموذج النويات المتعددة :

لقد قام هذا النموذج تعديلاً للنموذجين السابقين، وقد قدمه الجغرافيان تشونسي هاريس وادوارد أولمان، بافتراض النمو حول أكثر من نواة، وقد يؤدي نموهما إلى ظهور نويات أخرى (إسماعيل، ١٤١٣هـ، ص٢٧٦) وتختلف أعداد تلك النويات من مدينة لأخرى، وهي تتباعد في ظهورها، إما لأن بعضها يتطلب مساحات كبيرة من قلب المدينة وسهولة وصول عالية، أو تتجمع بعضها للحصول على الفائدة كتجمع الأسواق المركزية، مما يزيد من المنافسة في التسوق، في حين أن بعض النشاطات لا تنسجم مع بعضها مما يوجد تنافراً بينهما؛ كتجاور المناطق الصناعية للسكنية، أيضاً يؤدي ارتفاع إيجارات الأراضي إلى طرد بعض الاستخدامات إلى مناطق أرخص تتناسب وأهدافها الاقتصادية، فالسوق المركزي مثلاً يتطلب مساحات واسعة للسوق ومرافقه التابعة، ولذلك بدأت تتجه للأطراف

أكثر من المناطق القديمة (الهيتي، ١٤٢٣هـ،ص٦٤)إذن فهي تتكون نتيجة لتنافر وانسجام بين الاستخدامات الأرضية.

والواقع أنه ما من نموذج من تلك النماذج تنطبق على مدينة معينة انطباقاً كاملاً؛ وذلك لأن لكل منها شخصية مورفولوجية مميزة ، وإن كانت تفيد في أنها تضع الخطوط العريضة لفهم نمو التركيب الوظيفي للمدن العامة التي تنمو من الداخل نحو الخارج وعلى محاور النقل التي تفرع من وسط المدينة(أبو عيانة، ٢٠٠٤م، ص٢٦٣) ومدينة مكة المكرمة في مرحلتها نحو النزوح والاتساع المساحي وما صاحبها من هجرات؛ لينطبق عليها نموذج بورجس الحلقي، إذ يعد من أفضل النماذج تناسباً معها، ولا أدل على ذلك من تركز الأسواق في أحياء معروفة بالمدينة، شكلت نويات جذب للاستخدامات التجاري، مثل حي الضيافة وحي الجامعة.

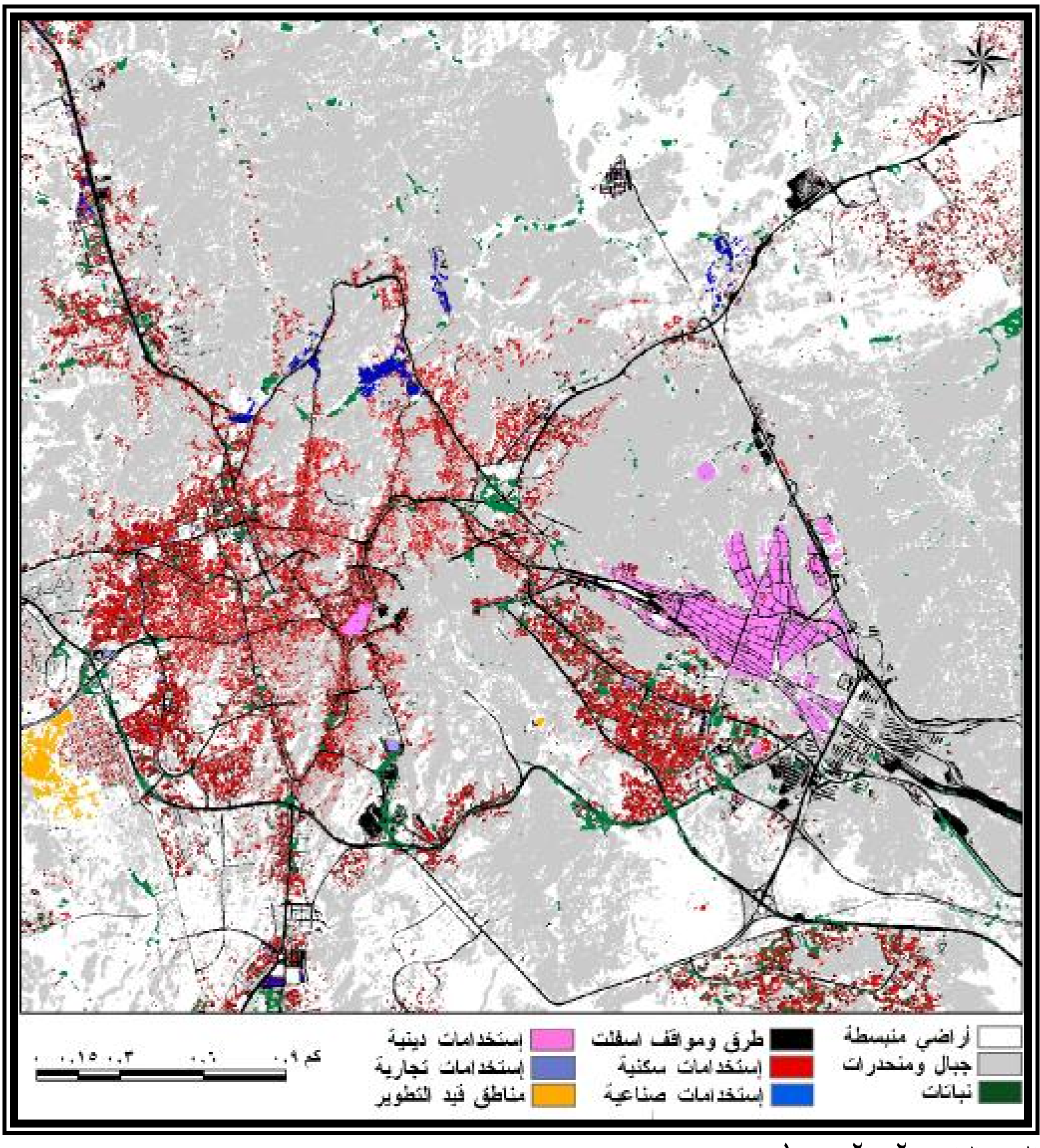
نستنتج من ذلك أن النشاط المولد لاستعمال الأرض(النشاط الديني بالحج والعمرة) ساعد على هيمنة الاستخدامات السكنية بشتى أنواعها على استخدامات الأراضي كلما اقتربنا من المسجد الحرام تكتل الطبقة العمرانية، ولازمتها الاستخدامات التجارية، فالوظيفة التجارية تابعة للوظيفة الرئيسة، ويثبت تلك الأهمية من خلال مساحاتها، كما يظهره الشكل(٤-١٣):

من خلال تحليل شكل(٤-١٣) نلاحظ مدى غلبة الاستعمالات السكنية كوظيفة استأسدت بمساحات واسعة من الاستعمالات التجارية والاستخدامات السكنية، حيث جاء النمو المضطرد للاستعمالات السكنية نتيجة طبيعية لتزايد أعداد السكان، من الزيادة الطبيعية والهجرات المتتابعة من الأرياف، حتى أصبحت تصنف من مدن المملكة السريعة في نموها العمراني والسكاني على حد سواء.

واكتملت البنية التحتية بها من جسور وشبكات كهرباء ومياه وصرف صحي، إضافة إلى الخدمات الأساسية من أمن وإطفاء ومستشفيات وعيادات صحية ومراكز الدعوة والتوجيه، وفي هذه الفترة كان مولد مخطط الشوقية، لحقه نمو سريع لبطحاء قريش والربوة وروابي كدي، وهي مناطق تفتقر للأسواق المركزية والشريطية على حد سواء، ويلاحظ أن المناطق المستصلحة هي الأكثر اتساعاً في جنوب مكة، مما يدل على أن هذا الاتجاه هو المتوقع نموه لاحقاً، وتتوفر فيه سهولة الوصول وتأسيس البنية التحتية تبعاً لاستوائها وقلة انحدارها(الغامدي، ١٤٢٢هـ، ص٢٥٢-٢٥٤) وقد استفيد من هذا التوسع في إنشاء العديد من الأسواق خاصة المركزية وظهور بعض المحاور التجارية، مثل: طريق المنصور وطريق المسجد الحرام وطريق أم القرى، ويمكن دراسة أهم استخدامات المدينة من جدول(٤-١٨):

شكل رقم (٤-١٣)

استخدامات الأراضي في المدينة



المصدر: الغامدي، ٢٠٠٢م، ص١٠.

جدول رقم (٤-١٨)

تطور مساحات استخدامات الأراضي بالمدينة (١٤٠٦-١٤٢٥هـ)

نوع الاستخدام	عام١٤٠٦هـ		عام ١٤٢٤هـ		١٤٢٥هـ	
	المساحة	النسبة المئوية	المساحة	النسبة المئوية	المساحة	النسبة المئوية
سكني	٩٧٥	٩%	٦٠٥٠	٣٩%	٩٧١٣	٢٣%
تجاري	١٧٨	١%	٤٧١	٣%	٤٧٩	١%
حكومي/خدمي	٣٠٧	٣%	٤١٧	٢%	٤١١١	٩%
طرق	١٧٢٣	١٧%	٢٥٦٤	١٦%	٢٠٢٢	٤%
صناعي	٩٢	٠.٩١%	١٨٠	١%	٧٢٦	١%
المشاعر المقدسة	-	-	٣١٩٩	١٧%	١١٤٤٩	٢٧%
أراضي فضاء	٢٠١٢	١٩%	٨٧٨	٥%	-	-

المصدر: بيانات أمانة العاصمة المقدسة ١٤٢٥هـ وبيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ .

ملاحظة: اعتمدت الباحثة على البيانات المتوفرة في المقارنة.

من خلال تحليل الجدول(٤-١٨) نلاحظ أن جميع الاستعمالات تتزايد نمواً عاماً بعد عام، إثر عمليات مراحل النمو العمراني المتتابعة، حيث كانت الاستعمالات السكنية والخدمية والحكومية هي أكثر الاستعمالات نمواً، وذلك لأنها من أولى اهتمامات الخطط التنظيمية للدولة، والتي تخدم الوظيفة الدينية، لتأتي الاستعمالات التجارية في المرتبة الثانية بسرعة النمو، والتي تمتد تبعاً لنمو الاستثمارات الشخصية، ونظراً لارتباطها بالوظيفة الدينية فهي تسجل تزايداً واضحاً كردة فعل لزيادة الاستعمالات السكنية والحكومية والخدمية، لترتبط بعلاقة طردية تزداد فيها الاستعمالات التجارية كلما ازدادت الاستخدامات السكنية والحكومية والخدمية والطرق داخل نطاق المدينة الحضري، الأمر الذي يفسر ارتباط الأسواق الشريطية بالمناطق المركزية والانتقالية من المدينة، والتي تتركز فيها المباني متعددة الطوابق لاستيعاب الزيادات السكانية، فتسعى هذه الأسواق للتركز في محلات تابعة لها، وبالمقابل تعاني العجز عن تتبع الأنماط الحديثة من المساكن في المناطق الهامشية، مما يمنح الأسواق المركزية فرصاً أكبر للاستحواذ على المتسوقين من هذه المناطق.

أما استخدامات المشاعر المقدسة فتبلغ مساحتها وفق حدودها الشرعية حوالي ٣١٩٩هكتار، ويغلب على الاستخدامات التجارية بها الطابع الموسمي، وشاهد ذلك بقاء مراكزها خالية باقي أيام السنة. وتزداد تلك الاستخدامات مساحةً خلال موسم الحج بدرجة كبيرة (أمانة العاصمة المقدسة، تخطيط المدن، ١٤٠٥هـ، ص٤٠) ولذلك تحرص الأسواق الشريطية والمركزية على التركز في هذه المناطق، خاصة في قطاع العزيزية، وبالتحديد في الجامعة والمرسلات التابعة لهذا القطاع.

أما الاستخدامات الصناعية فقد بلغت مساحتها نحو ٣% من إجمالي مساحة الكتلة العمرانية للمدينة، ويتوزع أغلبها في شمال المدينة على طريق المدينة المنورة، وشمال طريق الحج وشرقها على طريق الشرائع، وإذا ما تتبعنا مواقع الأسواق الشريطية والمركزية على وجه التحديد، والمعتمدة على المصنوعات المحلية لتزويدها بالسلع، نجد أن ٣١% من مجموع الأسواق المركزية و ١٣% من الأسواق الشريطية، قد

تركزت في هذا الاتجاه من المدينة، موفرة بذلك المسافة المقطوعة بين نقاط التصنيع ونقاط التوزيع لتلك السلع، في حين تعتمد بعض الأسواق المركزية بنسبة ٦٩% على منتجات عالمية التصنيع في تزويـــدها بالسلع، لذلك لا تأثير للاستخدامات الصناعية على توزعها.

وقد تخلل هذه الاستخدامات شبكة من الطرق تعمل بمثابة شرايين الحياة في جسد المدينـــة، وتمثـــل ١٦.٩% من مساحة الكتلة العمرانية، وترتبط بها الاستخدامات التجارية وخاصة الأسواق الشريطية، منها شارع عبد الله عريف والمسجد الحرام وريع ذاخر وشارع الحج، وهو من أقوى العناصر المؤثرة في توزيع الأسواق، برهان ذلك تكتل واضح في حرصها على مجاورة الطرق التجارية لاستخدامات أرضية محددة من المدينة.

٤-٧ السياسات الحكومية:

لا يخفى دور السياسات الحكومية التنظيمي في وضع المعايير التخطيطية، واشتراطات البناء وضوابط التنمية، والتي تعمل جاهدة على تنظيم استخدامات الأرض لتفعيل دورها الحيوي، حتى تصل بالمدينة إلى الواقع المفترض في دراساتها التخطيطية، لتتوافق مع أنشطتها القائمة بها.

ومن تلك الجهات المعنية وزارة الشؤون البلدية والقروية لتخطيط المدن بالعاصمة المقدسة، والـــتي تقوم بإعداد معايير للتخطيط معممة على كافة السلطات البلدية والمحلية، حيث تعمـــل علـــى تقـــويم الأسواق الشريطية ومتابعة نشاطها ضمن حدود سلامة المتسوق، ومحاولة رفع مستوياتها، إلى جانـــب تنظيم الأسواق المركزية فهي تتباين في تخطيط وتصميم ودراسة مواقعها، وتتبع أبرز المعايير والأسس التي تقوم عليها ومدى جدواها في تلبية حاجات السكان، وعموماً فهي تعتمد على مبدأ الحرية الاقتصادية كمنهج للسياسة السعودية، والتي تستمد جذورها من العقيدة الإسلامية، وهو جانب لا غبار عليـــه، فتأسيس الأسواق واختيار موقعها هو خيار يتبع أصحاب الاستثمارات وتوجهاتهم، فوجود محلات تطل على شارع تجاري أو امتلاك أرض ذات مساحة واسعة في موقع متميز لهو أولى العوامـــل المـــؤثرة في اختيار موقع السوق، غير أنه من الضرورة تنظيم ذلك الجانب في ظل عدالة التوزيع في جميـــع أنحـــاء المدينة، وهو جانب لابد من تأطيره والحد من تأثيره على تكتل الأسواق في مناطق محدودة، وبهذا الصدد يُشير ربونستين (١٩٧٨م) بأهمية عمل مسح ميداني لنطاق الخدمة التجارية قبل إقامة السوق، ليشمل نوعية المواصلات والطرق المؤدية إليه ومواقع المجمعات المنافسة والسمات السكانية والقوة الشـــرائية(الشيحه ، ١٤٢٤هـــ، ص١٠٢-١٠٣) ودليل ذلك القصور إقامة غالبية أسواق المدينة دون دراســـة جدوى مستفيضة للمنطقة المخدومة خاصة القديم في نشأته (١٤١٧هـــ) أي قبل إحدى عشرة ســـنة من الآن، وهي تفتقر إلى البيئة الجذابة الموفرة للنشاطات الحديثة التابعـــة للتســـوق، نتيجـــة لانفـــراد المستثمرين بالمرجعية والذين يبحثون بالدرجة الأولى على تحقيق أكبر قدر ممكن من الـــربح، ضـــاربة بعرض الحائط المقومات الجغرافية للسوق.

ومن أهم تلك المعايير ما وضعته وزارة الشؤون البلدية والقروية والهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة لإقامة الأسواق المركزية بالمدينة: أن يكون الموقع على شارعين أحدهما تجاري لا يقل عرضه عن ٣٠م أو في موقع مخصص للاستعمال التجاري في المخططات المعتمدة... (انظرملحق٢)

ومع كل هذه الجهود فلازالت تلك المعايير والتوجهات التخطيطية تفتقر إلى ديناميكية التنظيم والتطبيق، كما تعاني هذه المعايير في كثير من جوانبها من الجمود والنظرية، والذي انعكس ذلك على وجود الخلل في بعض الأسس التي قامت عليها غالبية الأسواق الشريطية والمركزي بالمدينة، دلل على ذلك وقوع سوق العتيبية المركزية على شارع الأندلس محلي الرتبة، وهو أقل في عرضه من ٥٠م، كما يجاور مدرستين، كما قلت مساحات بعض الأسواق عن ٥٠٠٠م٢منها:المنصور والشرائع مول وبلوتوث سنتر، الأمر الذي قلص من دورها الوظيفي بشكل ملحوظ.

نستنتج من ذلك أن نمط توزيع الأسواق هو الناتج النهائي لعملية التفاعل بين العوامل الجغرافية والأسواق، والتي اختلفت بين طرد وجذب وصف وقوة،وهذا التحليل المفصل يتطلب تنظيم المعلومات، ووضعها في مجموعات تُظهر التباين والترابط في سماتها من خلال فصل تصنيف الأسواق.

الفصل الخامس

تصنيف الأسواق في مدينة مكة المكرمة والنماذج التطبيقية لها

- تصنيف الأسواق وفق الحجم المكاني لها
- تصنيف الأسواق وفق نوع السلع المباعة فيها
- تصنيف الأسواق وفق حجم المتسوقين فيها
- تصنيف الأسواق وفق مساحة منطقة نفوذها
- خصائص المتسوقين في الأسواق الشريطية والمركزية
- نماذج تطبيقية للأسواق الشريطية والأسواق المركزية
- الخاتمة
- النتائج
- التوصيات

تصنيف الأسواق في مدينة مكة المكرمة والنماذج التطبيقية لها

يعد التصنيف إطاراً تحليلياً مهماً لتنظيم أبرز المعلومات عن الظاهرة الجغرافية المدروسة، ووضعها في مجموعات تعكس مدى التشابه والاختلاف بين المجموعات المصنفة، مما يسهل عمل المقارنات وإبراز شخصية الظاهرة الجغرافية، كما يعد التصنيف الخطوة الأولى لاكتشاف واستنباط النظام والنموذج الممثل للظاهرة.

وللتصنيف دوره الرائد والفاعل في عملية التخطيط الحضري للظاهرة في نطاقها الحيوي، والذي يحتاج لإبراز العلاقات والتنبؤ بمختلف النتائج المترتبة على تطويرها والقرارات التابعة لها، وهنا تظهر أهمية التصنيف كعنصر مهم في المنهج الجغرافي، والذي تكتمل به الصورة العامة لدراسة توزيع الظاهرة، وقد عُرفت هذه العملية بأنها الطريقة التي يمكن بواسطتها التعرف على ما تشابه من الخصائص بين مجموعات الظواهر، وما تنحى منها، وصولاً للتنبؤ بمستقبلها، ولذلك فمن الممكن دراستها وفق أسس ومعايير تساعد في الاستفادة منها في الجوانب التخطيطية (الشريعي،١٤٢٤هـ،ص٥٠٩) ومن هذا المنطلق ستعتمد الدراسة الحالية على تصنيف الأسواق وفق عدة معايير وأسس ترتبط بالنظام السوقي:

٥-١ التصنيف وفق لأطوال ومساحات الأسواق:

إن من أبرز عناصر النظم الجغرافية المساحة المكانية التي تشغلها الظاهرة، وتمارس فيها مختلف التفاعلات والأنشطة بين عناصرها، وتفرز من خلالها حالات مختلفة السمات والصفات، لكل منها تأثيراتها، حيث تعد دراسة الحجم المكاني أحد أهم الجوانب المبسطة لإبراز النمط السائد لها في المحيط المكاني المعني بالبحث.

ونظراً لقدم الأسواق الشريطية في نشأتها خلال فترات النمو العمراني وحداثة الأسواق المركزية بالنسبة لها؛ وقد اتجه نمط توزيعها وأطوالها متأثراً بأولى مراحل نمو المدينة، مما أظهر منحى مميزاً لها عن غيرها، مما استدعى ضرورة تصنيف الأسواق بنوعيها وفق أطوالها والمساحة التي تشغلها من الأحياء، الأمر الذي انعكس بالطبع على مدى محيطها الخدمي؛ بين الطول والقصر والضيق والاتساع، كخطوة أولى تُظهر أبرز سماتها المكانية العامة، ولذا يعرض الجدول التالي أطوال الأسواق الشريطية :

جدول رقم(٥-١)

تصنيف الأسواق الشريطية وفق أطوالها

الرقم	اسم السوق	طول السوق م	النسبة المئوية %
١	الحج	١١٥٨٤	١٦
٢	المسجد الحرام	١١٣٠٥	١٦
٣	الملك عبدالله	٥٩٦٨	٨
٤	إبراهيم الجفالي	٤٨٦٤	٧
٥	الملك خالد	٣٥٨١	٥
٦	عمر القاضي	٣٤٢١	٥
٧	أم القرى	٣٣٧٧	٥
٨	الجزائر	٣١٩٨	٤
٩	الحجون	٣٠٦١	٤
١٠	وادي جليل	٢٨٥٦	٤
١١	الضيافة	٢٥٥١	٣
١٢	ريع ذاخر	٢٤٦٩	٣
١٣	عبد الله خياط	٢١٩٣	٣
١٤	الشهداء	٢٠٣٥	٣
١٥	الخنساء	١٩٧٢	٣
١٦	عبد الله عريف	١٦٤٧	٢
١٧	المنصور	١٤١٧	٢
١٨	عبدالله الخليفي	١٣٤٣	٢
١٩	المنصورية	١٣٤٠	٢
٢٠	الطاشقندي	١٠٧٤	٢
٢١	الأندلس	٦٩٤	١
٢٢	خالد بن الوليد	٦٩٢	١
	المجموع	٧٢٦٧١	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول السابق يمكن تصنيف الأسواق الشريطية إلى مجموعات بحسب أطوالها على النحو التالي:

***المجموعة الأولى**: الأسواق الطويلة وهي التي بلغ طولها أكثر من(٥٠٠٠م): وتضم محلات أسواق المسجد الحرام والحج والملك عبد الله، وقد تدنت نسبة هذه المجموعة إلى ١٤% فقط من أسواق المدينة الشريطية، وقد ساعدت أطوالها لعدة أمتار على مرورها بعدة أحياء من المنطقة المركزية والانتقالية، ووصولها لمناطق شبه هامشية بالمدينة، وقد أسهمت في إثرائها بمختلف السلع، مما جعلها من أهم

الأسواق المتخصصة بالسلع المتنوعة، وبالتالي امتداد نفوذ خدماتها ليغطي مساحات كبيرة ومتفرقة من المدينة.

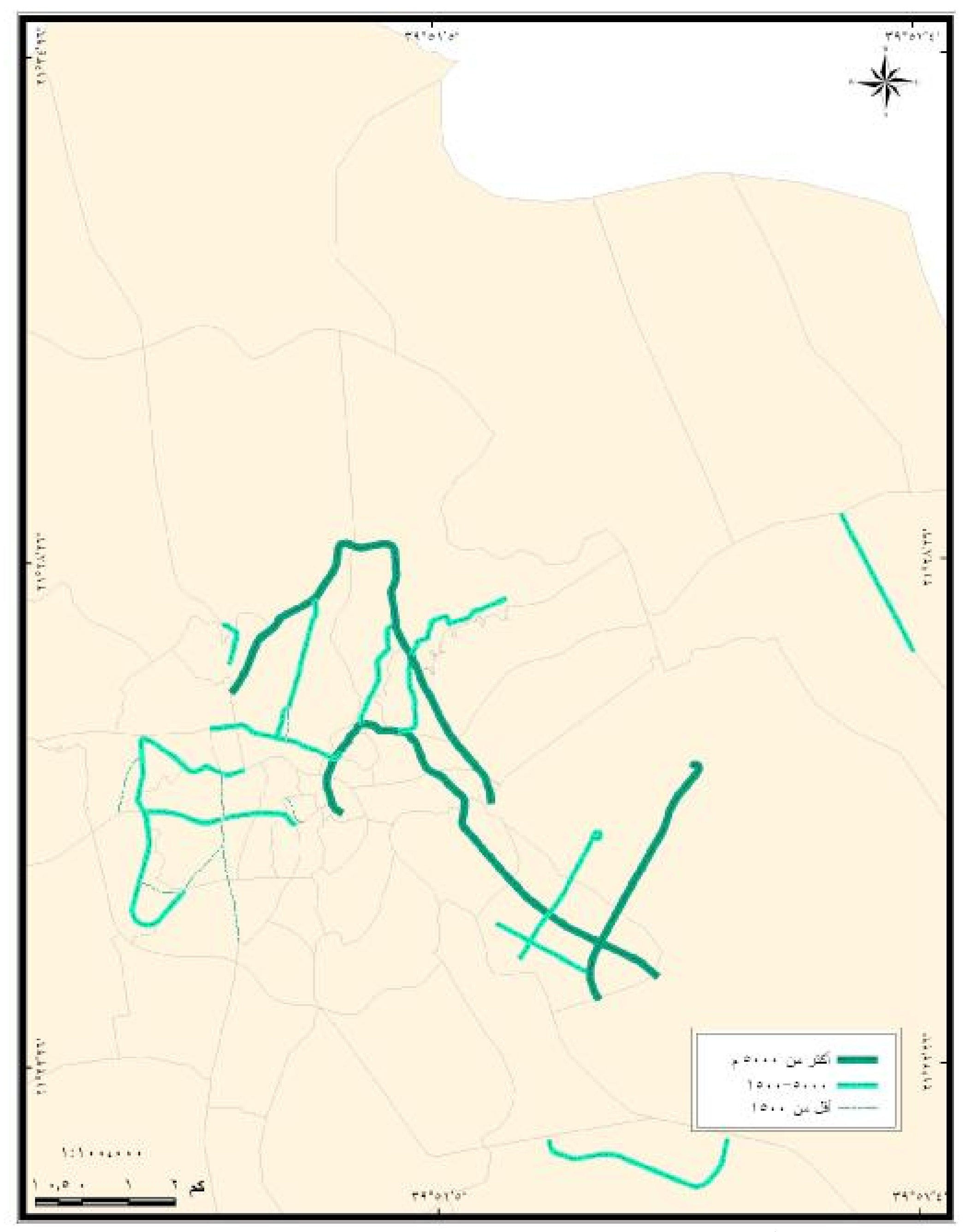
*المجموعة الثانية: الأسواق متوسطة الطول والتي تتراوح أطوالها (٥٠٠٠-١٥٠٠م):وتضم أسواق طريق الحجون وطريق الجزائر وطريق أم القرى وطريق الملك خالد وطريق إبراهيم الجفالي وطريق عمر القاضي وطريق الضيافة وطريق ربع ذاخر وطريق عبدالله خياط وطريق الشهداء وطريق وادي جليل وطريق عبد الله عريف وطريق الخنساء، وتمثل نسبة هذه المجموعة ٥٩% من الأسواق الشريطية، أي أكثر من نصف الأسواق الشريطية بالمدينة.

*المجموعة الثالثة:الأسواق قصيرة الطول بلغت أطوالها(أقل من١٥٠٠م): وتضم أسواق طريق الأندلس وطريق الطاشقندي وطريق المنصورية وطريق عبد الله الخليفي وطريق المنصور وطريق خالد بن الوليد، وتمثل هذه المجموعة حوالي ٢٧%من الأسواق الشريطية. ويمكن تمثيلها على الشكل(٥-١):

من خلال تحليل الشكل(٥-١) نلاحظ أن الطرق الطويلة قد تركز في شمال المسجد الحرام وفي الجهة الشرقية منه، وهي من المناطق الأكثر تضرساً بالمدينة، أما النمط السائد فقد كان للطرق المتوسطة (٨٦%) والتي كانت أكثر انتشاراً في أنحاء كتلة المدينة، بيد أن تركزها الأعظم كان في الجهة الغربية والشمالية للمسجد الحرام، وهي المناطق الأكثر انبساطاً بالمدينة، ولذلك كانت أكثر انتشاراً في هذه الجهة، في حين كانت الأسواق الصغيرة جداً متأثرة بالقرب من المسجد الحرام، فقد ظهرت الأسواق الأقصر في الأحياء الصغيرة في مساحاتها والعشوائية في نموها، بسبب التكتل في المساحة المعمورة أيضاً، وهو جانب وثيق الارتباط بطبيعة سطح المدينة الموسوم بكثرة الأودية الضيقة، والمتغلغلة داخل النسيج القديم، والذي شكل الهيكل العام لجسم العمران، وهذا يظهر هيمنة القوة التضاريسية على تشكيل الحيز المكاني لظاهرة الأسواق الشريطية، والتي يتوقع تزايدها كلما ازدادت مساحة النمو العمراني، وهو الجانب الذي قد تختلف حدته الأسواق المركزية، ولدراسة هذا الجانب تناولت الجدول التالي:

شكل رقم(٥-١)

تصنيف الأسواق الشريطية وفق أطوالها



المصدر: الباحثة اعتماداً على برنامجGIS

جدول رقم (٥-٢)

تصنيف الأسواق المركزية وفق مساحتها

الرقم	الأسواق	مساحة السوق م٢	النسبة المئوية%
١	القوافل	٣٥٧٤٧	١٥
٢	التعاون المشترك	٢٦٨٥٣	١١
٣	الضيافة	١٩٨٤٤	٨
٤	الرصيفة	١٤٨٧٧	٦
٥	الحجاز	١٣٣٨٦	٥
٦	عالم السيارات	١٢٣٣٤	٥
٧	الدواس	١١٧٨٥	٤
٨	السلام	١٠١٧٠	٤
٩	العزيزية	٩٤٦٨	٤
١٠	البحيرات	٨٦٨٥	٤
١١	رياض العزيزية	٧٧٦٣	٤
١٢	العائلة	٧٠٧٨	٣
١٣	ذي المجاز	٦٥٥٨	٣
١٤	الهجرة	٥٥٨٧	٢
١٥	العرب	٤٣١٤	٢
١٦	محمود سعيد	٤٢٥٢	٢
١٧	الأنوار	٣٧٧٩	٢
١٨	المرسى	٣٠١٠	٢
١٩	درة الشهداء	٢٨٩٧	١.١
٢٠	الدرة	٢٨٤٧	١.١
٢١	الحازمي	٢٨٤٠	١.١
٢٢	العوالي	٢٤٢٩	١
٢٣	التعاون	٢٣٩٤	١
٢٤	العتيبية	٢٣٩٤	١
٢٥	الفقية	٢١٨٦	١
٢٦	العدل	١٧٨٦	١
٢٧	ستي لايتس	١٦٤٤	٠.٦٧
٢٨	المسفلة	١٥٩٨	٠.٦٥
٢٩	بقبق	١٤٠٠	٠.٥
٣٠	الكرم	١٣٧٨	٠.٥
٣١	الحارثي	١٣٥٦	٠.٥
٣٢	الصفا	١٢٨٠	٠.٥
٣٣	البسام	١١٧١	٠.٥
٣٤	السوق الصغير	١١٣٠	٠.٥
٣٥	الشرائع مول	١٠٢٥	٠.٥

٣٦	الوطن مول	٩٨٦	٠.٤
٣٧	القرشي	٩٤٥	٠.٣
٣٨	الهدا	٧٤٩	٠.٣
٣٩	المنصور	٣٨٨	٠.١
٤٠	بلوتوث سنتر	٣٧٦	٠.١
٤١	متاجر العرب	٣٢٦	٠.١
المجموع		٢٤٤٠٢٥	١٠٠

المصدر : الباحثة اعتمادا على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول يمكن تصنيف الأسواق المركزية وفق مساحاتها إلى مجموعات على النحو التالي:

*المجموعة الأولى:الأسواق الكبيرة وهي التي بلغت مساحتها (أكثر من ١٠٠٠٠م٢) وتضم ثمانية أسواق وهي:القوافل والتعاون المشترك والضيافة والرصيفة والحجاز وعالم السيارات والدواس والسلام، وتمثل ٢٠% فقط من الأسواق المركزية بالمدينة، إذ تعد فئة متوسطة في حجم تواجدها بالمدينة.

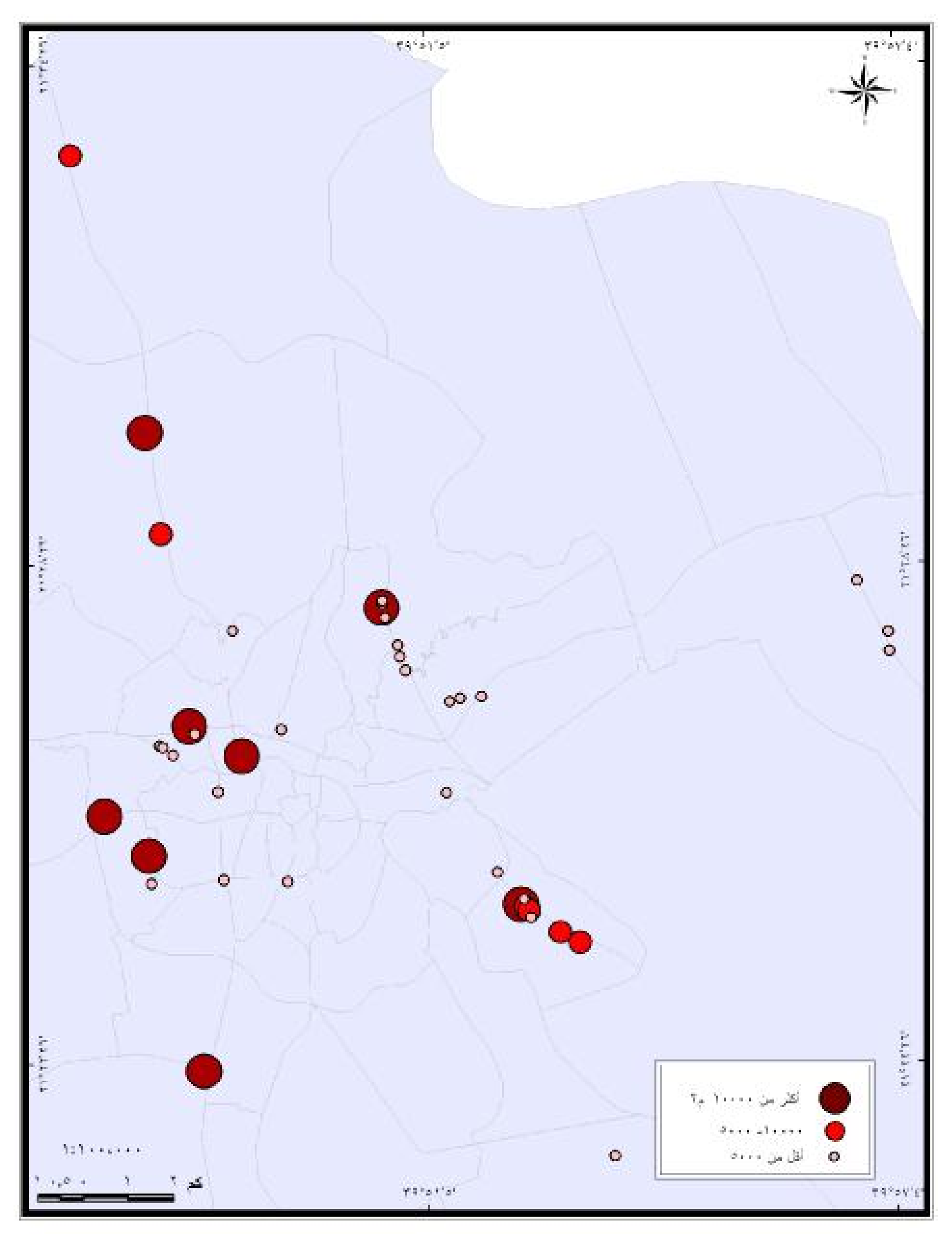
*المجموعة الثانية:الأسواق المتوسطة والتي تراوحت مساحتها مابين(١٠٠٠٠- إلى ٥٠٠٠م٢): وتضم ستة أسواق مركزية، وهي السلام والعزيزية والبحيرات ورياض العزيزية والعائلة وذي المجاز والهجرة، بلغت نسبتها ١٤% وتعد أقل المجموعات تواجداً بالمدينة.

*المجموعة الثالثة: الأسواق الصغيرة وهي التي بلغت مساحتها المكانية (أقل من٥٠٠٠م٢): وتضم سبعة وعشرين سوقاً مركزياً، وهي العرب ومحمود سعيد والأنوار والمرسى ودرة الشهداء والدرة والحازمي والعوالي والتعاون والعتيبية والفقية والعدل وسيتي لايتس والمسفلة وبقبق والكرم والحارثي والصفا والبسام والسوق الصغير والشرائع مول والوطن مول والقرشي والهدا والمنصور وبلوتوث سنتر ومتاجر العرب، بلغت نسبتها ٦٦% من أسواق المدينة، وهي النمط السائد بين الأسواق المركزية بالمدينة.

نستنتج سيادة نمط الأسواق المركزية الصغيرة بين أسواق المدينة، وتوسط نسبة الأسواق المركزية الكبيرة؛ وهي إشارة واضحة إلى أن الأسواق المركزية بالمدينة تعيش فترة الفتوة، وهي في طريقها للنضوج والتكامل، فقد بدأت الأسواق المركزية في الظهور بنمط صغير المساحة منذ بدايات الطفرة الاقتصادية للمملكة، ومع تتابع طفرات التطور التقني والانفتاح على العالم الخارجي، وتشرب المجتمع المكي للثقافات الدخيلة، كونت قاعدة صلبة سينمو عليها النظام السوقي مستقبلاً حتى تصبح جميع أسواق المدينة ضمن المجموعة الأولى، خاصة وأن التطوير التخطيطي للمدينة في مناطق عدة سينقل الأسواق القديمة الصغيرة من خدمة النطاقات الضيقة؛ إلى أسواق كبيرة المساحة قادرة على خدمة مناطق أوسع، والتي ستكون بطبيعة الحال في أطراف المدينة، حيث البعد عن تعقيدات السطح والقرب من مراكز الإنتاج الصناعي والزراعي والأسواق الخارجية، ويمكن تمثيلها على الشكل (٥-٢):

شكل رقم (٥-٢)

تصنيف الأسواق المركزية وفق مساحتها



المصدر :الباحثة اعتماداً على برنامج GIS

من خلال تحليل الشكل (٥-٢) نجد أن النمط السائد للأسواق المركزية هي الأسواق الصغيرة(مساحتها)، والتي ظهر انتشارها في مناطق متفرقة بالمنطقة الانتقالية في شمال شرقي وجنوب شرقي وغرب المسجد الحرام، وفي المنطقة الهامشية في الشرق والجنوب الشرقي، وهي تمثل الامتدادات الأولية لعمران المدينة على المحاور، الأمر الذي يشير إلى تأثير الكتلة العمرانية في توزيع الأسواق،بينما تركزت الأسواق الكبيرة في الجهات الشمالية الغربية والجنوبية الغربية من المسجد الحرام، وهي الجهات الأقرب للطريق الإقليمي نحو ميناء جدة (المنفذ الغربي الأول للمملكة العربية السعودية) وهي المدينة الساحلية والصناعية العظمى في الإقليم الغربي، والتي امتد نفوذ جاذبيتها لمتسوقي مكة، كما تغذي أسواق مكة بالسلع والبضائع، مما أوجد تركزاً واضحاً للأسواق المركزية الكبرى في هذه الجهات من المدينة، وهي دلالة على قوة تأثير المنافسة بين أسواق المدينة وأسواق الإقليم الذي تقع فيه.

غير أن حيوية نشاطها لم تكن مرتكزة على عامل الحجم المكاني بل تعداها لعوامل أخرى أسهمت في إيجاد بؤر حيوية محدودة النطاق، تنتظر الأيام الموسمية لتحيي اقتصادها وتمنحها نبض الحياة، بل إن ما تقدمه للمتسوق من سلع وخدمات هو القلب الذي يمدها بأسباب البقاء، ويعزز دورها الاقتصادي، الأمر الذي يدفعنا إلى تصنيف الأسواق وفقاً للسلع المباعة فيها.

٥-٢ تصنيف الأسواق وفق نوع السلع المباعة فيها:

يعد السوق البؤرة المكانية الأولى التي تنبعث منها العلاقات المكانية نحو المناطق المخدومة؛ لذلك فمن المفيد التعرف على تلك الأسس الوظيفية، التي يعتمد عليها السوق لضمان بقائه وتطوره وصموده أمام الأزمات والتغيرات المؤثرة على نشاطه، هادفة بذلك معرفة الاتجاهات الوظيفية المساهمة في تفعيل دورها الحضاري داخل المدينة وخارجها، وملاحظة جوانب القصور في نطاقاتها السلعية إن وجدت، وذلك بدراسة التصنيف الوظيفي لها، والتي يمكن من خلالها البحث في مدى توسع نطاقها الوظيفي (الهيتي،١٤٢٣هـ،ص١٠٣)، وبناءً على هذا فقد بات من الضروري تصنيف الأسواق تبعاً للسلع، كعنصر مركزي محرك للنشاط السوقي، ومرتكز مهم تقوم عليه الحركة السوقية.

ومن المعروف أن الأسواق تتباين في مستوياتها، تأثراً بمستوى السلع المعروضة وطبيعة الحاجة لها، بين فئات المتسوقين والمترددين على السوق، والذين يتباينون في خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية...، وتختلف أصنافها في المجال التسويقي، بحسب المشتري أو عمر السلعة أو وقت الشراء أو درجة الولاء أو تكرار الشراء أو إدراك المستهلك، وكلها تصنيفات تبحث في مدى جاذبية المستهلك نحوها، وذلك لخدمة أهدافها التسويقية(سليمان،١٤٢١،ص١٤٥)، غير أن ما يكفي التفاعل بين السوق والمتسوق -الجانب الجغرافي- البحث في طبيعة السلعة وخصائصها إلى مستويات على النحو التالي:

جدول رقم(٥-٣)

مستويات السلع التجارية في الأسواق

مستوى السلعة	مجموع السلع والخدمات	الخصائص	دورية التسوق للحصول عليها
الأول	الدنيا	ضرورية جداً والطلب عليها كثير	يومياً أو أسبوعياً
الثاني	المتوسطة	أقل ضرورة والطلب قليل نسبياً	شهرياً
الثالث	العليا	كمالية الحاجة والطلب عليها نادراً	سنويا أو فصلياً

المصدر: مصيلحي،١٤٠٥هـ،ص١٨٩

من خلال تحليل الجدول(٥-٣) نلاحظ تدرج أهمية السلع بحسب مستوى الحاجة إليها، ولقد تصدرت سلع المستوى الأول في الأهمية لتضم: السلع الاستهلاكية والمواد الغذائية، وفي مقدمتها الخبز والخضروات والفواكه واللحوم والألبان...أما المستوى الثاني فيضم: السلع متوسطة الحاجة مثل الأدوات المنزلية والملابس وأدوات الزينة والأجهزة الكهربائية وصيانتها والمكتبات والوقود...في حين يضم المستوى الثالث: السيارات الفارهة والأثاث والتحف والمجوهرات...وتتباين مدى الحاجة لهذه السلع تبعاً لتباين خصائص المتسوقين الشخصية والاجتماعية والاقتصادية، كما ترتبط مستويات السلع بعدد مرات التسوق لها بعلاقة عكسية، حيث يزداد مدى الحاجة للسلعة كلما انخفض مستواها (مصيلحي،١٤٠٥هـ،ص١٨٦-١٩١) فالمواد الغذائية من السلع الدنيا قصيرة المدى تقدمها أسواق صغيرة - مؤسسة تجارية- ولذلك فهي أكثر انتشاراً، وعلى العكس منها الملابس والكماليات فهي من السلع العليا- أطول في مداها- تقدمها أسواق كبيرة (مركز أومجمع)ولذلك فهي أقل عدداً وانتشاراً، وهذه أسس مهمة قامت عليها نظرية المحلات المركزية Central Places Theory ولابد من أخذها بالحسبان عند تصنيف الأسواق بحسب السلع فيها، لذا صُنفت محلات الأسواق الشريطية بحسب نوعية السلع إلى سبعة مجموعات:

- محلات المواد الغذائية وتضم: البقالات والخضروات والفواكه واللحوم والألبان ومشتقاته والمطاعم والكافيتريات والآيس كريم والحلويات...
- محلات الملابس وأدوات التجميل والزينة وتضم:الأقمشة والملابس الجاهزة والأحذية والنظارات والعطور والمجوهرات والحقائب والساعات والإكسسوارات ومشاغل الخياطة.
- محلات الأثاث المنزلي وتشمل:الأثاث والأدوات المنزلية والكهربائية والمفروشات والسجاد.
- البنوك والمكاتب الخدمية وتضم: مكاتب العقار والخدمات العامة ومكاتب الهندسة والسفر والشحن وعيادات الأطباء.
- محلات مواد البناء وتضم: أدوات البناء والأدوات الصحية والدهانات والإضاءة والديكورات الجبسية والخشبية والمنزلية والمكتبية...

- محلات السيارات والمعدات الثقيلة وتضم: معارض السيارات وتأجير السيارات والمعدات الصناعية والأدوات الكهربائية والزراعية وقطع الغيار وزجاج السيارات والصيانة والزينة للسيارات...
- محلات متنوعة وهي تضم: الخردوات والتحف والهدايا والصيدليات ومحطات الوقود والمياه والغاز والأدوات المكتبية ولوازم الخياطة وألعاب الأطفال وصوا لين الحلاقة والمشاغل النسائية والمغاسل ومراكز التصوير وأجهزة الاتصال من جوالات وحواسب...(النحاس، ١٤١٩هـ،ص١٤-١٥)

ولقد توزعت محلات الأسواق الشريطية بحسب هذه المجموعات على النحو التالي:

جدول رقم (٥-٤)

تصنيف محلات الأسواق الشريطية وفق نوعية السلع المباعة فيها

نوعية السلعة	عدد المحلات	النسبة%
متنوعة	١٤٢٨	٢٨
مواد غذائية	١١١٨	٢٢
الأثاث المنزلي	٨٥١	١٧
السيارات والمعدات الثقيلة	٧٤٣	١٥
الملابس وأدوات الزينة والتجميل	٤٢٢	٨
المكاتب والبنوك	٣٥٤	٧
مواد البناء	١٣٨	٣
المجموع	٥٠٥٤	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني،١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول(٥-٤) نلاحظ أن محلات السلع المتنوعة هي الأعلى في نسبتها بين محلات الأسواق الشريطية، وهذا يتناسب مع طبيعة هذه الأسواق التي تمد المارين بها بالخدمات المطلوبة، مما اضطرها للانتشار في نطاقات أوسع، وبالتالي توزعها في نقاط أكثر كما ظهر ذلك في الجدول، حيث تقدم سلع وخدمات الصيدليات والمغاسل والصوالين الرجالية والمشاغل النسائية، وهي السلع التي تستفيد منها فئات واسعة من السكان، وتحاول جاهدة التركز بالقرب من المجاورات السكنية، في حين بلغت سلع البناء أدنى المراتب بين باقي السلع، ومبرر ذلك ضيق الفئة الباحثة عنها من رجال الأعمال والمقاولين وأصحاب الأملاك، إضافة إلى محدودية المناطق التي تتوزع بها داخل الكتلة العمرانية، والتي غالباً ما تتلازم مواقعها بالقرب من الطرق المؤدية للمخططات الحديثة المعتمدة وإلى جوار مكاتب العقار، مما تسبب في إيجاد ذلك التقلص بأعدادها، مقابل التقلص في نسبة المستفيدين منها، وهذا يشير إلى تأثير نوعية السلع في تشكيل نطاق خدمة السوق، والذي يؤثر بشكل مباشر على أحجام تلك النقاط، وهو الجانب الذي تختلف ظروفه بالنسبة للأسواق المركزية، وذلك في الجدول التالي:

جدول رقم(٥-٥)

تصنيف محلات الأسواق المركزية وفق نوعية السلع المباعة فيها

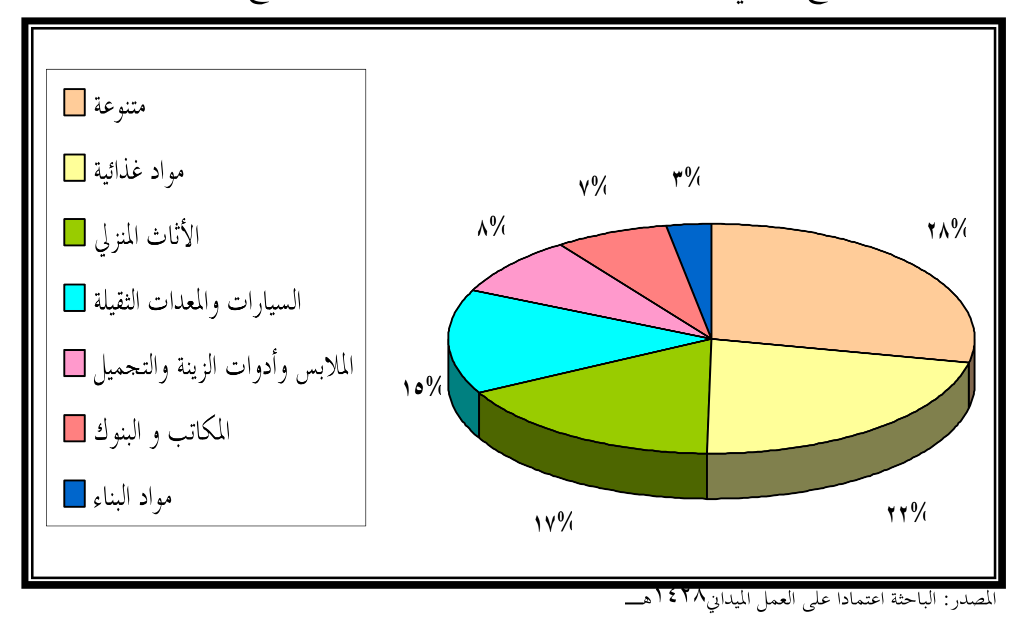
نوعية السلع	عدد المحلات	النسبة%
الملابس و الزينة و التجميل	١٠٩٣	٥٠
الأثاث المنزلي	٥٢٩	٢٣.٩
متنوعة	٣٥٦	١٦
الغذائية	١٠٧	٥
السيارات والمعدات الثقيلة	٩٤	٤
المكاتب والبنوك	٢٧	١
مواد البناء	٤	٠.١
المجموع	٢٢١٠	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول السابق نجد أن الملابس وأدوات التجميل قد استحوذت على نصيب الأسد بين محلاتها؛ وذلك بواقع نصف محلات الأسواق المركزية، وهي النسبة الأعلى على مستوى جميع الأسواق المعنية بالدراسة، والتي لم تنل فيها أي سلعة من السلع هذا النصيب من الأسواق، مما قد ينبئ بتخصصها في هذا النوع من السلع، والتي تضم الملابس الجاهزة وأدوات التجمل ذات الماركات العالمية (المستوردة) على نطاق واسع، إلى جانب الإكسسوارات والساعات والمجوهرات والأحجار الكريمة...، كما اختصت مجموعات أخرى من هذه الأسواق ببيع السلع المنزلية، التي احتلت المرتبة الثانية بما يعادل ثلث محلات الأسواق المركزية، وذلك بالرغم من طول دورية الحاجة إليها، إلا أن ارتفاع المستوى المعيشي للمجتمع السعودي قد أينعت ثماره في التأثير على تغيير السلوك الشرائي، من الاكتفاء بالضروريات نحو الحرص على اقتناء الكماليات، ووسائل الرفاهية في سبل المعيشة، ولتكامل تلك الوظيفتين الخدميتين تنحت السلع المتنوعة للمرتبة الثالثة، تليها الخدمات التموينية كسلع تابعة لنشاط الرتب العليا بهذه الأسواق، والتي تتمثل في السوبر ماركت وبعض المحلات العارضة للحلويات والمسليات الغذائية، كمكملات لجانب الترفيه في هذه الأسواق، أما المعدات الثقيلة والمكاتب والبنوك ومواد البناء فهي السلع التي تنحت في المراتب الدنيا، وذلك نظير تدني بحث المتسوقين عنها في هذه الأسواق، ويمكن تتبع نسب توزيع المحلات وفق سلعها في الأسواق الشريطية والمركزية من خلال الشكلين التاليين:

شكل رقم(٥-٣)

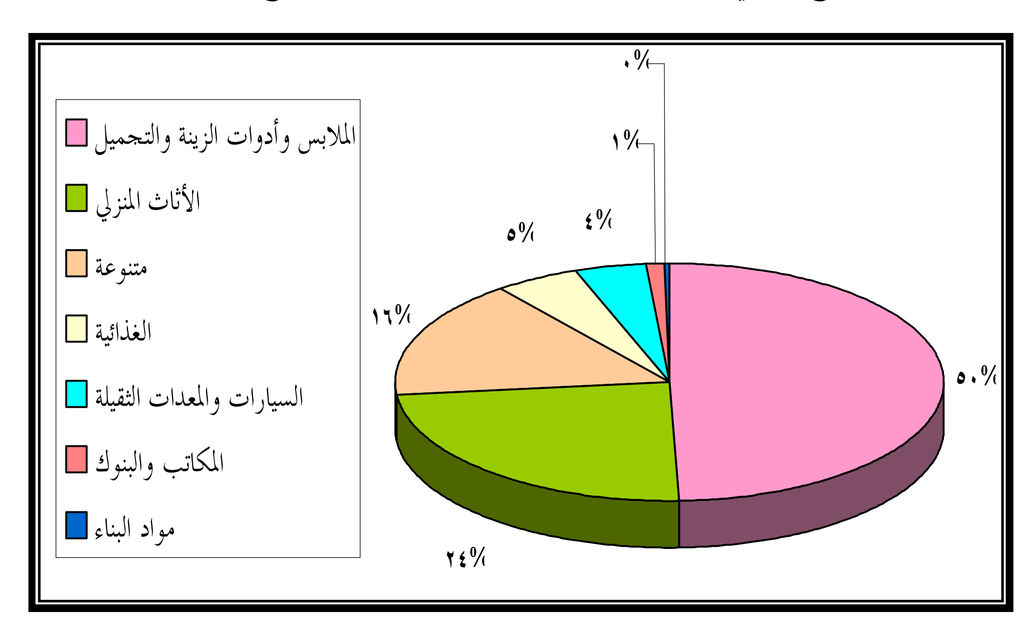
التوزيع النسبي لمحلات الأسواق الشريطية وفق نوعية السلع المباعة فيها



المصدر: الباحثة اعتمادا على العمل الميداني١٤٢٨هـ

شكل رقم(٥- ٤)

التوزيع النسبي لمحلات الأسواق المركزية وفق نوعية السلع المباعة فيها



المصدر: الباحثة اعتمادا على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل شكل (٥-٣) نلاحظ تدرجاً نسبياً في نصيب كل سلعة من عدد المحلات في الأسواق الشريطية، حازت فيه السلع المتنوعة على المرتبة الأولى، في حين قاربتها سلع المواد الغذائية في المرتبة الثانية، وهي سلع استهلاكية من الدرجة الأولى، والمتميزة بقصر دورية الطلب لها نظراً لضرورتها الاستهلاكية، حازت بعد ذلك السلع المنزلية على المرتبة الثالثة، وهي الأطول في مدى الحاجة لها، قاربتها المعدات الثقيلة والسيارات التي لم تتجاوز ١٥% في المرتبة الرابعة، والتي تخصصت بها شوارع معروفة بالمناطق الصناعية بالمدينة، لتأتي الملابس وأدوات الزينة والمكاتب ومواد البناء في المراتب الدنيا في محلات الأسواق الشريطية، يعود ذلك لرغبة المتسوقين في الحصول على السلعة من هذه المحلات عند ادني مستوى دون البحث عن خيارات متعددة، كما أن متسوقي هذه المحلات يفضل الحصول على بغيته بأقل كلفة زمنية ومسافية ومادية ، وهي توجهات الإنسان الاقتصادي، الأمر الذي دفع بالتجار لتعدد المحلات للسلعة الواحدة، وذلك وقوفاً عند رغبة المتسوقين، بينما تجد الفئات القليلة من متسوقي الخدمات، والتي لا يبحث عنها إلا فئة محدودة، مثل المكاتب والبنوك الموجودة ومواد البناء المقرونة في توزيعها بالمخططات الحديثة في نموها، الأمر الذي يشير إلى تنوع سلع الأسواق الشريطية للمتطلبات المعيشية في سلم هرمي بداية من الأهم وحتى المهم، ثم الأقل أهمية في قاعدة هرم الاحتياجات اليومية، بينما نجد أن اختلافاً واضحاً في توزيع التخصصات السلعية في الأسواق المركزية .

و من خلال تحليل الشكل(٥-٤) نلاحظ أن الأسواق المركزية قد اتجهت نحو التخصص في سلع محددة، تشبع فيها حاجات الإنسان الاجتماعي، الذي لا تعنيه المسافة والكلفة المادية والزمنية بقدر ما يعنيه تعدد الخيارات وإشباع مختلف الأذواق، وهذه من إفرازات عصر ما بعد الحداثة، كما اختصت هذه الأسواق بإشباع الحاجات الاستمتاعية لدى المتسوقين، والتي يحرصون عليها للمتعة دون الحاجة الملحة، وهي محصلة طبيعية لعدة ظروف نفسية واجتماعية، تكالبت على ساكن المدينة، واستغلت الجهات الاستثمارية والتسويقية هذه الظروف لتحقيق أرباحها؛ في نهاية سلسلة متتالية من التغيرات، طبعت الوجه الاستهلاكي للمتسوق السعودي بسمات حديثة، بدايةً بالتحضر ثم ارتفاع المستوى التعليمي لرب الأسرة، وبالتالي زيادة مركزية الزوجة، وتأثيرها في تحديد الاحتياجات الغذائية والاستهلاكية والمعمرة للأسرة، الأمر الذي أسهم بشكل فاعل في زيادة تأثير الأطفال(كأفراد) في توجيه احتياجات الأسرة، كما أثر الانفتاح على العالم الخارجي عبر وسائل الاتصال المتعددة، والثقافة الاستهلاكية Consumer Culture في تلك المجتمعات؛ الحريصة على إبراز المكانة الاجتماعية للأسرة، من خلال الإشباع الاستمتاعي لمتطلباتها الحياتية، عزز هذا التوجه تكامل العناصر التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية لتقبل ظهور الأسواق المركزية، وامتصاص كل ما تعرضه، والذي أظهر التطابق الواضح والقوي مع تلك المتطلبات، فازدادت أعداد المحلات العارضة للأزياء، وأدوات التجميل والزينة، والعناية بالجسم، وتوفير سبل الرفاه والراحة؛ في المأكل والملبس والمسكن والمركب...، إلى جانب حرصها على توفير صالات الترفيه والترويح...والتي تهدف لتعميق النزعة

الاستهلاكية لدى الأطفال خاصة -كجيل صاعد- لتحقيق أهدافها الاقتصادية، والتي تؤثر سلباً على التنشئة الاجتماعية (سليمان،١٤٢١هـ،ص٢٢٤-٢٢٦) فالأطفال من هذه الفئة لا يشعرون بالرضا والسعادة كالأطفال الذين يختارون احتياجاتهم من نطاق ضيق وفي ظروف محددة، معتمدين على المنطق في خياراتهم وهم بذلك أكثر سعادة، مما ينبئ بارتفاع مستقبلي للتفاعل معها نتيجة ارتفاع معدلات الولاء لها، بسبب تلك التنشئة، وهذا يشير إلى تأثير هذه الأسواق القوي في توجيه سلوك المتسوق، وهذا لا يعني سلبية التأثير وإنما هي علاقة تبادلية واضحة لا يمكن التغاضي عنها.

كما يظهر من هذا كله الاختلاف الجذري بين الأسواق الشريطية والمركزية، وميل الأولى نحو التسوق التقليدي الملبي للحاجة عند أدنى مستوى، والأخرى للتسوق العصري الباحث عن الكماليات إلى جانب الضروريات، مبرر ذلك كله اختلاف جذور نشأتها وتوظيفها لخدمة النطاق الحضري، الأمر الذي يشير بشكل أو بآخر إلى تباين خصائص المتسوقين بين هذين النوعين من الأسواق، وبالتالي نظام تفاعلي مختلف التوجهات والحاجات والرغبات، بين التنوع والتخصص.

ويمكن دراسة التخصص السوقي بأحد الأساليب التحليلية المعروفة ، والتي من أشهرها دليل التخصص Specialized Index أو الدليل الوظيفي، ويساعد هذا الدليل على معرفة تخصص كل سوق اعتمادا على معطيات صيغته الرياضية، وقد ظهرت نتائجه في جدول(٥-٦):

جدول رقم(٥-٦)

الدليل الوظيفي لمحلات الأسواق الشريطية

الرقم	الشارع	الغذائية	ملابس	المنزلية	متنوع	مواد بناء	مكاتب	معدات ثقيلة
١	الطاشكندي	٢	٠.٩	٠.٤	٧	٠	٠.٧	١
٢	عبد الله عريف	١٠٨	٢٣٢	٨٦	٢٢٠	٥.٥	٢٩	٨٨
٣	الضيافة	٧.٥	٠.٩	٠.٦	٥	٠	٥	٢
٤	عبدالله الخليفي	١٧	٤.٥	٠	٢٢	٠	١.٨	١.٣
٥	الشهداء	٣.٤	٠	٠	٢.٦	٠	٠.٢	٣.٢
٦	الحج	١٣٣	٢٩	١٧٩	١١٦	٤	١٠٣	٤٥٦
٧	الحجون	١١١	١٥٥	١٥٨	١٣٦	٣٠	٢١	٢٣
٨	الجزائر	١٣٨	٢١	٧	١٤٢	١١	٢٣	١٣٩
٩	أم القرى	٦٥	١٢١	٣٨	١٥٧	٩	٤١	٤
١٠	الأندلس	٢	٢٨	٣.٥	١٠	٠	٠.٤	٠
١١	ريع ذاخر	٤٦	٤	٣.٥	٣٣	٨.٥	٧	١٣
١٢	عمر القاضي	١١٣	١٩	٥٥	١٠٩	٢٠	٣٤	١٧
١٣	عبد الله خياط	٢٤	٥	٢	٢٨	٠	٢٧	٥
١٤	الملك عبدالله	١	٠	٠	٠.٢	٠	٠.٢	٢
١٥	المسجد الحرام	٧٦٤	٦٢٠	٦٤	١٠١٥	١١١	٦١	٣١٢
١٦	إبراهيم الجفالي	٨٨	١٠	١	٨٠	١٢	٤٠	٣٠
١٧	الملك خالد	٢	٠.٥	٠	١	٠	٠	٠.٥
١٨	خالد بن الوليد	١٩	٥٩	٨	٣٨	٠	٩	٠
١٩	المنصور	٧٢	١٥٢	٧٢	١٥٧	٣٥	٤٢	١٢٣
٢٠	الخنساء	١٠٣	٥٨	١٨	٩٠	٧	٢٣	٣٨
٢١	وادي جليل	٦	٠.٦	٢	٧	٠.٦	٢.٦	٤
٢٢	المنصورية	٤	٠.٣	٠.٧	١٥	٠	٠.٣	١٣

المصدر : من حساب الباحثة اعتمادا على بيانات العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول(٥-٦) نجد أن الأسواق قد تباينت في قيم الدليل الوظيفي السلع، ولمعرفة تخصص كل سوق نتتبع القيمة الأعلى للدليل في كل سوق، وبمقارنة القيم في كل سوق صُنفت الأسواق الشريطية إلى مجموعات على النحو التالي:

***المجموعة الأولى**: وتضم الأسواق المتخصصة في السلع المتنوعة وهي: شارع المسجد الحرام والمنصور وأم القرى والجزائر وعبد الله الخليفي والطاشقندي والمنصورية ووادي جليل وعبد الله خياط، وتمثل حوالي ٤١% من أسواق المدينة، حيث تعد من الحلقات الرابطة بين الأحياء الأكثر حيوية بالحركة، فعلى سبيل المثال يربط شارع المنصور مابين أحياء المنصور والزهراء والتيسير والهنداوية وجرهم والخالدية، وهي من أكثر أحياء المدينة كثافة سكانية مع ضيق قي المساحات المتاحة، مما أوجد ذلك التركز الواضح في المحلات التجارية على طرقها الرئيسية.

*المجموعة الثانية: وتضم الأسواق المتخصصة في المواد الغذائية وهي: أسواق شارع الشهداء وربع ذاخر وعمر القاضي وإبراهيم الجفالي والملك خالد والخنساء والضيافة، وتمثل ٣١% أسواق المدينة، وهي شوارع محلية وتجميعية، أي أنها من أدنى رتب الطرق داخل النطاق الحضري للمدينة، وبالتالي فهي الأقدر على التغلغل داخل الكتلة العمرانية والأقرب إلى المجاورات السكنية؛ لأهميتها في تلبية متطلبات السكان اليومية من المواد الغذائية .

*المجموعة الثالثة: وتضم الأسواق المتخصصة في الملابس وأدوات الزينة وهي: أسواق الشوارع عبد الله عريف والأندلس وخالد بن الوليد، وتمثل١٨% فقط، وهي من الشوارع القريبة من المسجد الحرام والواقعة في المنطقة القديمة من المدينة في مناطق مركزية المواقع ونشيطة الحركة.

*المجموعة الرابعة: وتضم الأسواق المتخصصة في المعدات الثقيلة: وهو سوق شارع الحج أحد الأحياء الواقعة في منطقة صناعية، ولا يمثل سوى ٩% من أسواق المدينة، وقد تخصص بقطع الغيار والمعدات وورش الصيانة والسمكرة والتنجيد والزينة، وهي المناطق الأبعد عن المنطقة المركزية المزدحمة بالسيارات، والتي يصعب توفير المساحات الكبيرة لوقوفها لتلقي الخدمات الخاصة بها؛ لذلك كان المناسب تواجدها في المناطق المتطرفة من المدينة.

*المجموعة الخامسة :وتضم الأسواق المتخصصة في الأثاث المنزلي: وهي سوق شارع الحجون، ولا يمثل سوى ٤.٥% من أسواق المدينة، والتي كانت أبعد نسبياً عن المنطقة المركزية، لحاجة هذا النوع من السلع إلى مساحات كبيرة، لا يمكن توفيرها في المناطق مرتفعة الأسعار في أراضيها، كما أن وظيفتها الصناعية تستوجب تطرف مواقعها بعيداً عن السكان، ومع ذلك فهي اليوم من أكثف المناطق بالسكان، إثر حركات النزوح المستمرة، الأمر الذي يتطلب نقلها خارج النطاق السكني، وهو الإجراء الذي قد يتأخر نتيجة لعشوائية التنظيم وغياب تنظيم جهات التخطيط لها، لتتكرر مشكلة المواقع التجارية المزدحمة في القلب القديم سابقاً.

في حين نلاحظ أن المكاتب والبنوك ومواد البناء لم تتخصص بها الأسواق الشريطية بسبب توزعها في مناطق متفرقة من المدينة، وقلة أعدادها بين محلات الأسواق الشريطية، تبعاً لضيق فئات المستفيدين منها بالمجتمع بين مستثمرين وتجار ومقاولين والمالكين لمنازل خاصة، ويمكن تمثيل هذا الدليل من خلال الشكل (٥-٥):

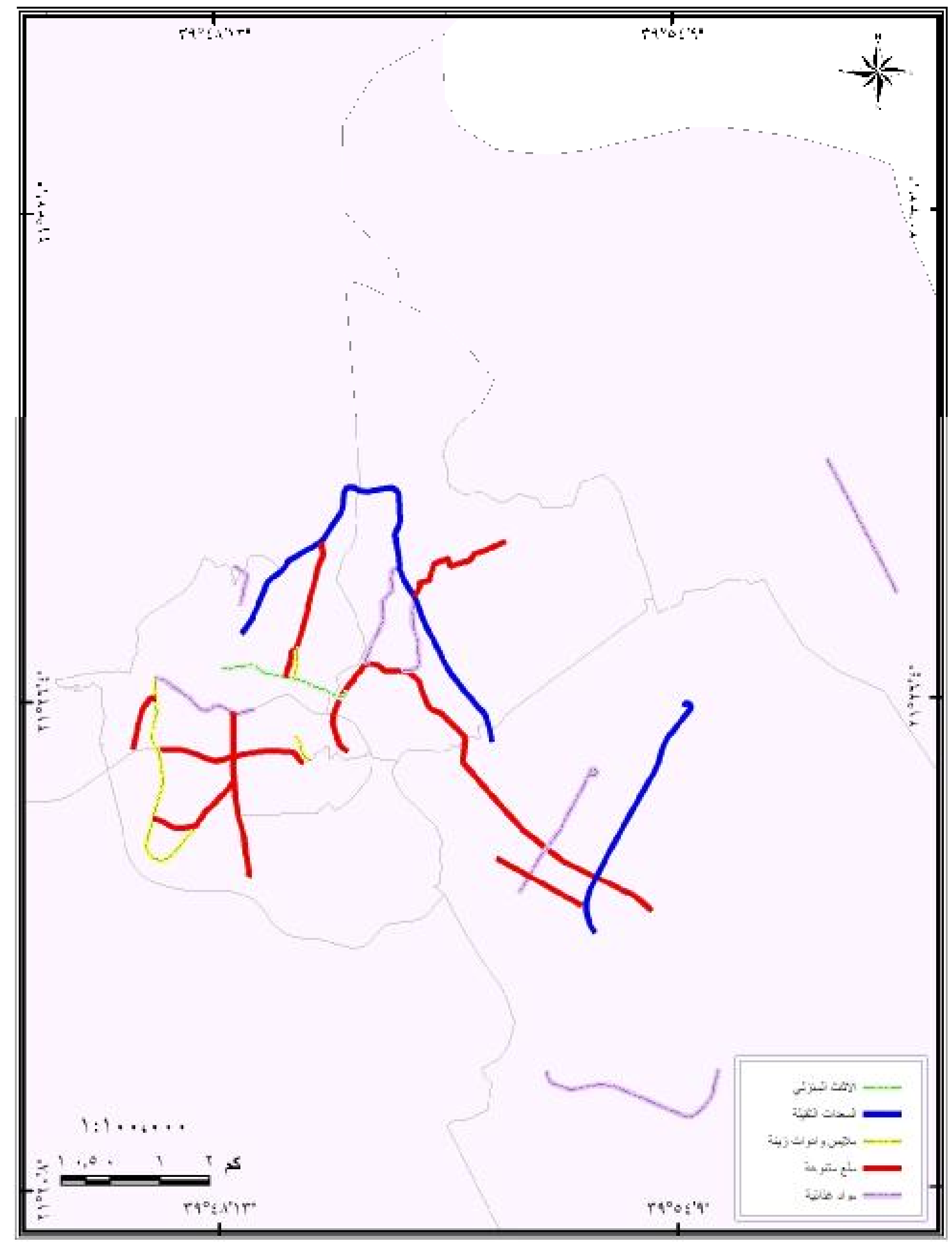
من خلال تحليل الشكل(٥-٥) نجد أن الأسواق الشريطية المتخصصة في بيع السلع المتنوعة تقع في الأحياء الانتقالية والمتصلة بصفة مباشرة بأحياء القلب المركزي، وهي مواقع مركزية تتوسط المناطق الهامشية والمركزية، والتي يبحث عنها المتسوق من أقرب مكان لسكنه، بسبب تعدد المحلات العارضة لها، جاء في المرتبة الثانية التخصص في السلع الغذائية، وهي مشكلة مدن الحج الأولى؛ لذلك حرصت على التوزع في

مناطق أكثر انتشاراً من باقي التخصصات، لحاجة كل المناطق لها، تلتها الشوارع المتخصصة في بيع الملابس وأدوات الزينة والتجميل، وذلك نتيجة لتكرر رحلات التسوق لها على مدى أطول نسبياً من سابقتها، وقد اتخذت مواقعها في مناطق أكثر تركزاً في نقاط محدودة من المدينة؛ وذلك في الأجزاء الشرقية لمنطقة المسجد الحرام، في حين تقلصت نسبة الأسواق الشريطية المتخصصة في المعدات الثقيلة وورش السيارات في شارعين فقط، إلا أنهما من أطول الأسواق الشريطية؛ وذلك نتيجة لطول مدى الرحلة السوقية نحوها، فالقاصد لها يبحث عن أفضل المحلات قدر استطاعته في قطع المسافات المكانية والزمنية الطويلة، مما يشير لوجود علاقة طردية بين عدد الأسواق في تخصص ما ودورية التسوق منها.

وكما شكلت متطلبات المدينة العربية القديمة نمط وسلع الأسواق الشريطية في دورها التقليدي، الملبي للحاجات الأساسية فقط، أسهمت المدينة الحديثة بطابعها المولود حديثاً في تشكيل الأسواق الحديثة ودفعها لتقديم متطلبات المتسوق العصري لتجعلها من أولى أولوياتها، متجهاً نحو الاستمتاع والترويح والترفيه من خلال التسوق، بأدنى جهد وإن علت الكلفة أو زادت المسافة، فالمهم هو تحقيق الإشباع الذي يطمح له بتعدد الخيارات تحت سقف واحد، مما أوجد تخصصات حديثة لدى الأسواق المركزية لم تقوَ الأسواق الشريطية على تقديمها، والتي يمكن تناولها في الجدول (٥-٧):

شكل رقم(٥-٥)

تصنيف الأسواق الشريطية وفق الدليل الوظيفي لمحلاتها



المصدر: من حساب الباحثة.

جدول رقم(٥-٧)

الدليل الوظيفي للأسواق المركزية

الرقم	اسم السوق	الغذائية	ملابس	المنزلية	متنوع	مواد بناء	مكاتب	معدات ثقيلة
١	الحجاز	١٦	١١٦	٣	٩	-	١	-
٢	الضيافة	٤٧	٣٨٠	٣	٥٢	-	٣	-
٣	ذي المجاز	٧	١٦٦	٥	٩	-	-	-
٤	العتيبية	٢	١٠٨	-	-	-	-	-
٥	العزيزية	٤	١١٠٩	١٨	-	-	-	-
٦	السلام	٢	٤٦٥	-	-	-	-	-
٧	الشرائع مول	١	٤	-	١	-	-	-
٨	رياض العزيزية	٠.٩	٠.٤	-	٠.٩	٠.٤	-	٩
٩	السوق الصغير	٠.٦	-	-	٢	-	-	-
١٠	العوالي	١	٠.٣	٠.٦	٢	-	-	-
١١	درة الشهداء	٢	-	-	-	-	-	-
١٢	الوطن مول	٠.٤	٠.٤	-	١	-	٠.٢	-
١٣	العدل	-	-	-	٣	-	-	-
١٤	الصفا	-	٧	-	٣	-	-	-
١٥	الدرة	-	-	١٥	٢	-	-	-
١٦	التعاون	١	-	٢٢	-	-	٩	-
١٧	التعاون المشترك	٥	-	١٣٧٥	١٥	-	-	-
١٨	البحيرات	-	١٧	٧	١١	-	-	-
١٩	العرب	٢	٧	١	٥	-	-	-
٢٠	متاجر العرب	٠.٧	-	٣٢	-	-	-	-
٢١	بلوتوث سنتر	١	٤	٧	١٥	-	-	-
٢٢	الرصيفة	٤	١٠٨	-	٢٤	-	١	-
٢٣	ستي لايتس	-	٤	-	١٤	-	-	-
٢٤	محمود سعيد	-	٢	٠.٥	٠.٥	-	-	-
٢٥	الحارثي	-	٢	-	٠.٤	-	-	-
٢٦	القرشي	-	٤	٦	٠.٩	-	-	-
٢٧	الهدا	٠.٢	-	-	٢	-	-	-
٢٨	الأنوار	١	-	-	٦	٠.٨	-	١
٢٩	المرسى	٠.٤	٠.٤	-	٨	-	٠.٤	-
٣٠	القوافل	٨	٠.٦	٣	٢	٠.٦	-	٣
٣١	بقبق	-	٠.٣	-	١	-	-	-
٣٢	الهجرة	٠.٨	-	-	٠.٦	-	٠.٨	-
٣٣	العائلة	٧	٩٨	٣	٥٢	-	-	-
٣٤	الدواس	٠.٩	-	٤٩	٠.٩	-	-	-
٣٥	الفقية	-	-	٩	-	-	-	-
٣٦	الكرم	-	-	٢	-	-	-	-
٣٧	الحازمي	-	-	٩	-	-	-	-
٣٨	المنصور	-	٣	-	٢	-	٠.٧	١
٣٩	عالم السيارات	١	-	-	٢	-	-	٧٣
٤٠	المسفلة	٨	٢٥٩	-	١٣١	-	-	-
٤١	البسام	-	٠.٣	٠.١	٠.٥	-	٠.٧	-

المصدر: من حساب الباحثة.

من خلال تحليل الجدول(٥-٧) يمكن تقسيم الأسواق المركزية إلى خمس مجموعات بحسب تخصصها الوظيفي على النحو التالي:

*المجموعة الأولى: الأسواق المتخصصة في بيع الملابس وأدوات الزينة والتجميل: وهي المجموعة التي حازت على النصيب الأكبر بين السلع نظير توجهات هذه الأسواق نحو التسوق العصري، إذ بلغت نسبة هذه الأسواق ٣٩%، وتضم هذه الفئة أسواق الحجاز وذي المجاز والضيافة والعتيبية والعزيزية والسلام والشرائع مول والصفا والبحيرات والعرب والرصيفة ومحمود سعيد والحارثي والعائلة والمنصور والمسفلة، وهي من أحدث أسواق المدينة.

*المجموعة الثانية: الأسواق المتخصصة بالسلع المتنوعة، حيث حازت هي الأخرى على نسبة ٢٤% من الأسواق المركزية، وهي السوق الصغير والعوالي والوطن مول والعدل وبلوتوث سنتر وسيتي لايتس والأنوار والمرسى وبقبق والهدا.

*المجموعة الثالثة: الأسواق المتخصصة في بيع الأثاث المنزلي والمفارش، وقد بلغت نسبتها ٢٢%، تضم الدرة والتعاون ومتاجر العرب والقرشي والتعاون المشترك والدواس والفقية والكرم والحازمي، وغالبيتها قد تطرفت مواقعها بالمدينة بالقرب من المناطق الصناعية في الهوامش.

*المجموعة الرابعة: الأسواق المتخصصة في بيع المواد الغذائية، ونسبتها ٨% فقط، والذي تخصص به سوق القوافل ودرة الشهداء والهجرة، والذي ينافس عدة أسواق تعمل في ذات التخصص، وهنا يظهر أن الأسواق المركزية لا تفضل التخصص في هذه السلع الاستهلاكية وتفضل أن تكون سلعاً تابعة للسلع الرئيسية فيها، فهي لا تتعدى أن تكون مراكز لتموين المتسوق في هذه الأسواق، التي يبحث فيها عن خيارات أوسع لسلع أخرى سبق ذكرها.

*المجموعة الخامسة: الأسواق المتخصصة في بيع المعدات الثقيلة، والتي لم تتجاوز نسبته حوالي ٥% فقط من أسواق المدينة، وهما سوقا عالم السيارات ورياض العزيزية، اللذان حازا على ٨٧% من الأسواق المركزية في هذا التخصص، الأمر الذي أثر بشكل مباشر على مد منطقة النفوذ، لتخدم مختلف أحياء المدينة وإن بعدت عنها.

*المجموعة السادسة: الأسواق المتخصصة في بالمكاتب والبنوك، ونسبتها ٢% فقط، وهو سوق البسام فقط، والذي يعد من أصغر الأسواق مساحة، والذي امتاز بتقديم خدمات الاتصال وتأجير السيارات ومكاتب الخدمات فقط، ويمكن تمثيل قيم هذا الدليل في الشكل التالي:

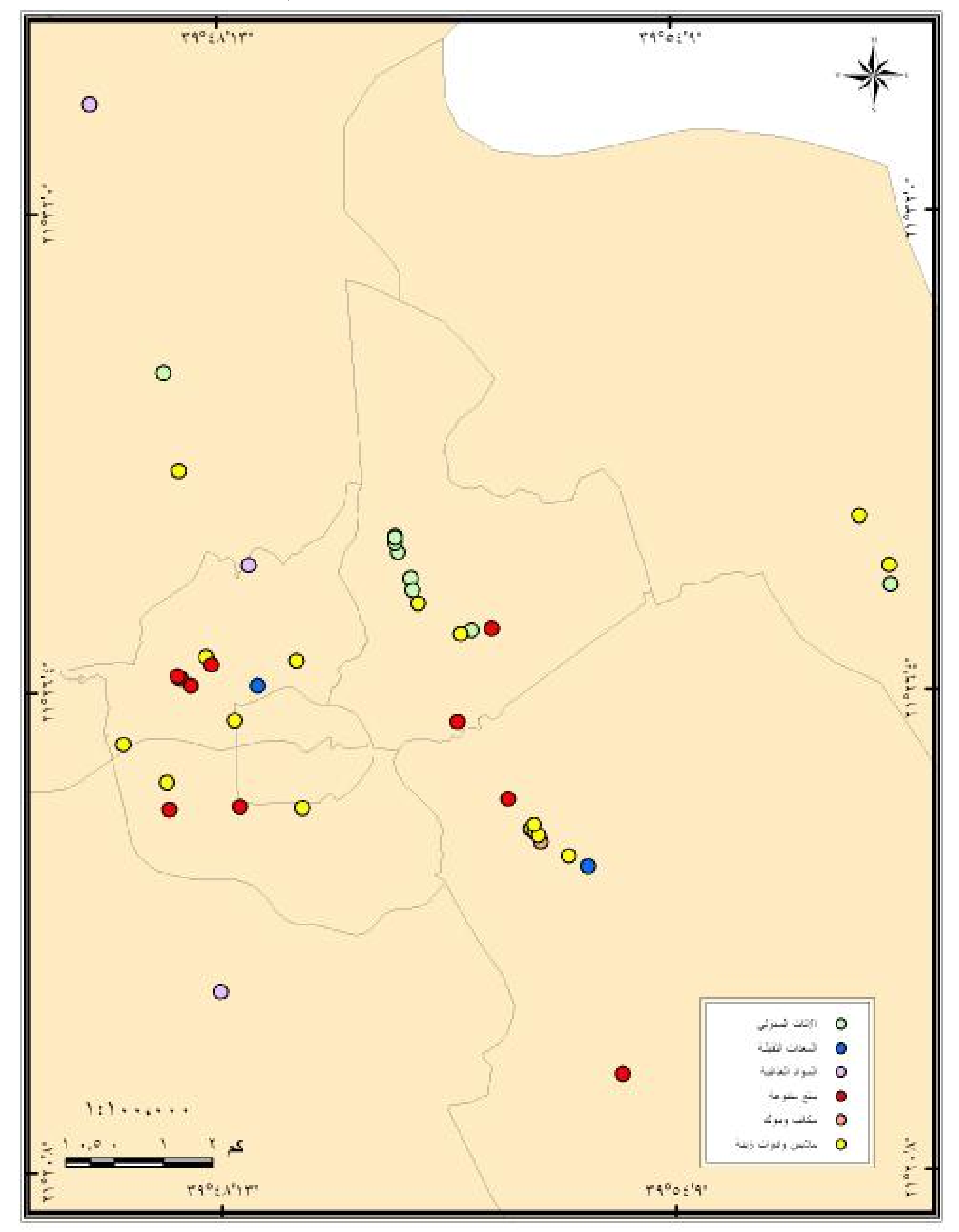
من خلال تحليل الشكل (٥-٦) نجد أن الأسواق المركزية المتخصصة ببيع الملابس وأدوات الزينة والتجميل كانت أكثر توزعاً في كل أنحاء المنطقة الانتقالية؛ لذا فهي أكثر انتشاراً من باقي التخصصات، إذ تعد سلعة التسوق الأولى لهذه الأسواق، وأدنى سلع الأسواق المركزية في دورية التسوق منها، تبعتها في الأهمية السلع المتنوعة والموزعة في شرق وغرب المسجد الحرام فقط، وإن كانت من أصغر أسواق المدينة في

المساحة، لحقتها أسواق السلع المنزلية التي تركزت في شمال وشمال شرق المسجد الحرام، وهي أكثر تركـــزاً من سابقتها في نطاق جغرافي محدود، إذ يعد من السلع المعمرة.

ولدى مقارنة تخصصات الأسواق المركزية والشريطية نجد أن محلات الأسواق الشريطية تشكل خليطـــاً سلعي، يختار موقعه دون تنظيم أو تخطيط مسبق لتوزيع تخصصاتها، إذ تعد هذه المحـــلات نمطـــاً عشـــوائي النشأة، تعود جذوره لعصر ما قبل الصناعة، انصبت تخصصاتها على السلع الاستهلاكية بالدرجـــة الأولى، بينما تغيرت هذه الظروف عند نشأة الأسواق المركزية تغيراً جذرياً، حيث قامت بتنظيم تسويقي مـــدروس مرتبط بالتغيرات العصرية لعصر ما بعد الثورة الصناعية والتكنولوجية والاقتصادية، الأمر الذي يشير إلى تأثير نوعية السلعة في توزيعها مكانيا، وتباين درجات جذب العنصر البشري، وهو استقطاب Polarity متباين الدرجات إثر تباين تأثير مستويات السلع ومدى ضرورتها في إشباع الحاجات السكانيةً، وبالتـــالي ظهـــر الاختلاف في نصيب كل منها في حجم المترددين عليها، ونظراً لأهمية العنصر البشـــري كعامـــل مباشـــر التأثير،كان من الضروري تفسير تأثيراته من خلال نسبة الحجم السكاني بالمدينة إلى حجم المحلات التجارية بالأسواق، والمبني على فكرة وجود علاقة بين نوعية السلعة -المشكلة لتخصص الســـوق- والحـــد الأدنى المطلوب من المتسوقين، واستعدادهم لقطع المسافات للحصول على سلعة ما، وبناءً على ذلك، ســـتختلف صورة تلك العلاقة في الأسواق الشريطية عن الأسواق المركزية، بسبب اخـــتلاف تخصصـــاتها وأهـــدافها التسويقية، والرغبات التي تسعى لإشباعها لدى المتسوقين فيها، وهي جوانب أصيلة يمكن استشفافها مـــن الجدول(٥-٨) :

شكل رقم(٥-٦)

تصنيف الأسواق المركزية وفق الدليل الوظيفي لمحلاتها



المصدر: من حساب الباحثة

جدول رقم (٥-٨)

نصيب سكان المدينة لعدد المحلات التجارية بالأسواق الشريطية

الرقم	نوعية السلع	عدد المحلات التجارية	نصيب سكان المدينة لحجم المحلات التجارية
١	المواد الغذائية	١١١٨	١٢٣٠
٢	الملابس وأدوات التجميل و الزينة	٨٥١	١٦١٥
٣	الأثاث المنزلي	٤٢٢	٣٢٥٨
٤	متنوعة	١٤٢٨	٩٦٢
٥	مواد بناء	١٣٨	٩٩٦٣
٦	مكاتب وبنوك	٣٥٤	٣٨٨٤
٧	معدات ثقيلة	٧٤٣	١٨٥٠

المصدر : العمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول (٥-٨) يمكن تصنيف محلات الأسواق الشريطية إلى ثلاثة أصناف بحسب نصيبها من سكان المدينة:

***المجموعة الأولى**:الأسواق التي يزيد حجم نصيبها من السكان أكثر من**٣٠٠٠** نسمة: وهي محلات السلع المعمرة، مثل محلات الأثاث المنزلي كالموكيت والمفارش والمطابخ...ومواد البناء من دهانات وديكورات... والمكاتب والبنوك من عقار وخدمات ومكاتب سياحة وسفر...وهي السلع والخدمات التي يمتد لها الطلب لعدة شهور أو سنوات، مما يحفز المستفيد على البحث عن أفضل الخيارات الموجودة، لذلك يكون لديه استعداد لبذل جهد أكبر وقطع مسافات أطول لاختيار متطلباته من هذه السلع والخدمات، ولذلك قلت أعدادها، وبالتالي تضخم نصيبها من سكان المدينة.

***المجموعة الثانية**: الأسواق التي تباين نصيبها من السكان مابين **١٥٠٠- ٣٠٠٠**نسمة: وهي محلات بيع الملابس وأدوات التجميل والزينة والأحذية والعطور والإكسسوارات... ومحلات بيع المعدات الثقيلة كقطع الغيار وورش الصيانة والكهرباء...والتي تطول دورية التسوق بحثاً عنها إلى الشهر والشهرين، وبالتالي كانت محلاتها أقل انتشاراً وأبعد مسافة عن المساكن مقارنة بالمجموعة الأولى.

***المجموعة الثالثة**:الأسواق التي يقل نصيبها من سكان المدينة عن **١٥٠٠**نسمة: وهي محلات السلع المتنوعة، والتي تضم صوالين الحلاقة وأجهزة الاتصال والعاب الأطفال... ومحلات المواد الغذائية كالبقالات والمخابر والمطاعم والحلويات ...وهي السلع التي يود المتسوق الحصول عليها عند أدنى جهد، فيكتفي بأقرب محل يبيعها وإن قلت خياراتها المعروضة، نظراً لتكرار طلبها اليومي المتأثر بطبيعتها الاستهلاكية وسرعة تلفها؛ لذا حرصت هذه المحلات على الانتشار في نطاق أوسع عبر الطرق التجارية، والمتغلغلة بين حنايا الكتلة العمرانية، مما قلص من نصيبها من المتسوقين فيها، مقابل تزايد أعداد النقاط المزودة لها، وإذا ما تناولنا الأسواق المركزية من هذا الجانب لوجدنا اختلافاً بينياً في نصيب الأسواق من سكان المدينة، وهو أثر تابع لاختلاف سماتها وخصائصها ووظائفها عن سابقتها، في الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٩)

نصيب سكان المدينة لعدد المحلات التجارية بالأسواق المركزية

الرقم	فئات السلع	عدد المحلات التجارية	نصيب المحلات التجارية من سكان المدينة
١	المواد الغذائية	١٠٧	١٢٨٥٠
٢	الأثاث المنزلي	٥٢٩	٢٥٩٩
٣	متنوعة	٣٥٦	١٢٥٨
٤	الملابس و أدوات الزينة	١٠٩٣	٣٨٦٢
٥	مواد البناء	٤	٣٤٣٧٥٠
٦	المكاتب و البنوك	٢٧	٥٠٩٢٥
٧	المعدات الثقيلة	٩٤	١٤٦٢٧

المصدر: من حساب الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول (٥-٩) يمكن تصنيف الأسواق المركزية إلى مجموعتين وفق نصيبها من سكان المدينة على النحو التالي:

*__المجموعة الأولى__: المحلات التي زاد نصيبها من السكان عن ١٠٠٠٠ نسمة: وتضم المواد الغذائية ومواد البناء والمكاتب والبنوك والمعدات الثقيلة، وهي المجموعة التي قل عدد محلاتها في الأسواق المركزية، هذا النقص في أعدادها، سيدفع بالمستفيد للبحث عنها بجهد أكبر إثر انتقاله من سوق مركزي لآخر، وهو تفسير منطقي لقاعدة يزداد الطلب كلما قل العرض، إذ إن تخصصه في سلع معينة قلل من فرص ظهور تخصصات أخرى،قادت محلاتها الأسواق الشريطية بصورة أفضل.

*__المجموعة الثانية__: المحلات التي تدنى نصيبها من السكان عن ١٠٠٠٠ نسمة: وتضم الملابس وأدوات التجميل والزينة والسلع المتنوعة والسلع المنزلية، وهي السلع التي تخصصت بها الأسواق المركزية، ولذلك فمجال العرض فيها واسع والخيارات متعددة، مما قلل نصيبها من السكان، حيث إن تعدد أنواعها ومستوياتها في هذه الأسواق يجعل الجهد المبذول للحصول عليها قليلاً، فالمتسوق لا ينتقل من سوق مركزي لآخر بحثاً عنها بسبب تعدد الخيارات في هذه الأسواق.

نخلص من هذا إلى أن نصيب الأسواق المركزية من السكان المتسوقين يختلف عن نصيب الأسواق الشريطية اختلافاً معاكساً تماماً، وذلك نتيجة لاختلاف نوعية السلع التي تتخصص بها كل منها، مما أدى لوجود تباين قوي وحاد في أحجام المتسوقين في الأسواق الشريطية عن الأسواق المركزية، وهذا إشارة لوجود علاقة بين حجم التفاعل البشري ودورية التسوق، وهو جانب مهم يثري البحث الجغرافي البشري والقائم على التفاعل بين الإنسان ومحيطه، الأمر الذي يقودنا إلى أهمية تصنيف الأسواق وفق حجم المتسوقين فيها، لدراسة التباين والاختلاف بينها.

٥-٣ تصنيف الأسواق وفق أحجام المتسوقين فيها:

يعتمد هذا النوع من التصنيف على تقسيم مجتمع الدراسة –الأسواق- إلى فئات تمثل كل فئة حجماً معيناً، إذ يعد أساساً شائعاً تناولته الكثير من الدراسات الجغرافية كتصنيف المدن وفق حجم سكانها، هادفة بذلك التعرف على عوامل ذلك التفاوت والتباين فيما بينها، ويعرف هذا النوع من التصنيفات بالتصنيف الرتبي، والذي يقسم مجتمع الدراسة إلى رتب.

وبناءً على ذلك ستقوم هذه الجزئية من الدراسة بتصنيف الأسواق وفق حجم المتسوقين فيها، ووضعها في مجموعات رتبيه، مع تتبع أبرز سمات تلك المجموعات، هادفة بذلك معرفة النموذج البارز بين أسواق المدينة، ودورها المركزي في تقديم السلع والخدمات المركزية Central Goods and Services (الهيتي،١٤١٣هـ،ص١٠٢) لسكان المدينة.

إن من البديهي ازدياد أحجام المتسوقين على الأسواق التي تتمتع بإشباع رغبات متسوقيها الشرائية، كما تتأثر هذه الأسواق بتركيبتها الطبوغرافية في جذبها للمتسوقين نحوها؛ ولذلك فمن الطبيعي أن تختلف رغبات المترددين على الأسواق الشريطية عن المترددين على الأسواق المركزية، تبعاً للمراحل العمرية التي تعيشها تلك الأسواق، فالأسواق التقليدية تعيش مرحلة النضج، بينما تعيش الأسواق المركزية في مرحلة النمو المبكر، إذ إن كلاً منهما يختلفان في تأثيراتهما وتأثرهما بالشرائح البشرية المترددة عليهما، وبالتالي اختلاف درجات التفاعل، مما أوجد تبايناً واضحاً بينهما، والذي يمكن وضعه في رتب على النحو التالي:

جدول رقم (٥-١٠)

تصنيف الأسواق الشريطية وفق حجم المتسوقين فيها

رتبة السوق	حجم المترددين/نسمة	أسماء الأسواق	العدد	النسبة المئوية
الأولى	أكثر من ١٠٠٠٠	الحج- المسجد الحرام- عبد الله عريف	٤٢٧٠٠	٣٥
الثانية	١٠٠٠٠-٥٠٠٠	الضيافة- المنصور-عبد الله خياط-الحجون-عمر القاضي-ريع ذاخر- خالد بن الوليد- الخنساء	٥٢٥٠٠	٤٣
الثالثة	أقل من٥٠٠٠	الجزائر-أم القرى- إبراهيم الجفالي-الملك خالد- الأندلس- عبدالله الخليفي المنصورية – الملك عبد الله- وادي جليل- الشهداء – الطاشقندي	٢٧٢٠٠	٢٢
المجموع			١٢٢٤٠٠	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول يمكن تصنيف الأسواق الشريطية إلى رتب بحسب حجم مرتاديها على النحو التالي:

*__الرتبة الأولى__: الأسواق التي زاد فيها عدد المتسوقين عن ١٠٠٠٠متسوق:وهي الحج والمسجد الحرام وعبد الله عريف وتمتد هذه الشوارع في شمال وشرق وغرب الكتلة العمرانية، وهي تتمتع بمركزية في موقعها حيث تعد من أطول الطرق بالمدينة المارة بحدود الأحياء، والتي ينصب في نهرها عدة طرق شريانية وأخرى

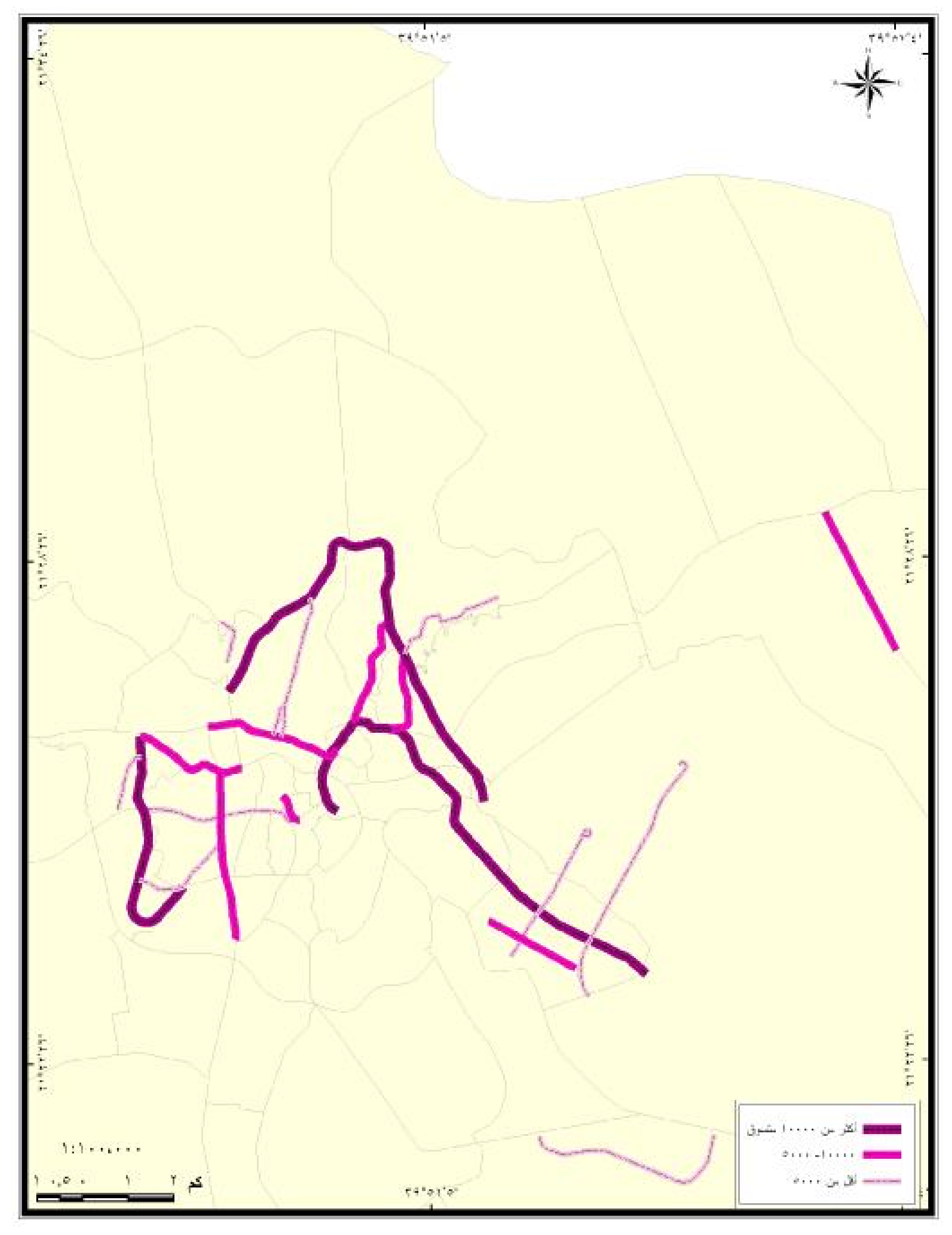
تجميعية ومحلية تربط بين سلسلة من الأحياء الكبيرة بالحجم السكاني، ومع أنها ثلاث أسواق فقط ولا تشكل سوى ١٣% من أسواق المدينة، إلا أنها استحوذت على ثلث حجم المتسوقين بالمدينة، مما شكل بيئة نشطة الحركة على ضفافها.

*الرتبة الثانية: الأسواق متوسطة الحجم في المتسوقين والتي تراوحت من ١٠٠٠٠- إلى أقل من٥٠٠٠متسوق: وهي مزيج مختلط من الأسواق المتوسطة والقصيرة الطول، والتي تنوعت في مواقعها بين أحياء المركز والانتقال والهامش، وتبلغ نسبتها٣٦% من أسواق المدينة، وقد استحوذت على ثلث المتسوقين على أسواق المدينة.

*الرتبة الثالثة:الأسواق صغيرة في حجم المتسوقين والتي تدنى حجمها عن٥٠٠٠متسوق: وهذا هو النمط السائد في المدينة، وتمثل ٥١% من أسواق المدينة، أي أنها قد تجاوزت النصف، وغالبيتها طرق قصيرة الأطوال محلية الخدمة، مما قلص من نصيبها من تدفقات الحركة البشرية، لذا يمكن القول بأن أسواق مكة الشريطية تتسم بالقصر في أطولها وتدني أحجام المترددين عليها، وهو جانب يمكن تعليله بتعقيد طبوغرافية المدينة وتشعب أوديتها، إلى جانب عشوائية نموها المقرونة بالنمو العمراني غير المنظم، مما جعل الشوارع الطويلة فيها محدودة، الأمر الذي سيشهد تغيراً جذرياً بسبب طفرة التنمية العمرانية الحالية بالمدينة، نتيجة توسيع المركز أفقياً ورأسياً، والذي سيظهر نمطاً جديداً للأسواق الشريطية بها، خاصة وأن السياسات الحكومية قد أولت الشبكة والنقل قمة الهرم التطويري بالمدينة. ويمكن تمثيل رتب الأسواق حسب حجم المتسوقين فيها من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (٥ - ٧)

تصنيف الأسواق الشريطية وفق حجم المتسوقين فيها



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الشكل(٥-٧) نجد أن الأسواق الكبيرة في حجم المتسوقين فيها قد تركزت في شمال وشرق وغرب المسجد الحرام (مركز المدينة) لما تمتعت به من طول منحها فرصة المركزية بين أشد الأحياء تركزاً بالسكان، بينما ازداد عدد الأسواق الشريطية المتوسطة في حجم المتسوقين، في نفس المناطق التي امتدت بها الأسواق الكبيرة، وإن كانت أكثر ابتعاداً عن مركز المدينة، بينما اتسعت دائرة نفوذ الأسواق الشريطية الصغيرة أكثر في نفس مناطق تشعب الأسواق الكبيرة، مما يشير لوجود علاقة طردية مابين رتبة السوق وفق حجم المتسوقين وأعدادها، فكلما قلت رتبة ما زادت أعدادها، ولقد أظهر التحليل الجغرافي لطبيعة توزيع الأسواق الشريطية عدة سمات جغرافية من أبرزها:تركز المراكز السوقية الكبيرة أكثر في المحيط الجغرافي، والصغيرة أكثر انتشارا (بحسب قاعدة كريستلر) وهو جانب يمكن دراسته أيضاً على الأسواق المركزية من الجدول التالي:

جدول رقم (٥-١١)

تصنيف الأسواق المركزية وفق حجم المتسوقين فيها

رتبة الأسواق	حجم المترددين على السوق/نسمة	أسماء الأسواق	عدد الأسواق	النسبة المئوية
الأولى	أكثر من ٢٠٠٠	الحجاز- السلام	٢	٤
الثانية	٢٠٠٠- ١٠٠٠	العزيزية- عالم السيارات- الضيافة- الشرائع مول-ذي المجاز- السوق الصغير	٦	١٤
الثالثة	١٠٠١- ٥٠٠٠	العتيبية-درة الشهداء-العائلة-الهجرة-القوافل-بلوتوث سنتر-الدواس-المرسى-رياض العزيزية-الوطن مول-الرصيفة-الهدا-بقبق-الأنوار-محمود سعيد	١٥	٣٦
الرابعة	أقل من ٥٠٠	التعاون المشترك-الصفا-المنصور-البحيرات- سيتي ليتس-البسام- العوالي- الحازمي- التعاون- الدرة-الفقية- العدل- العرب- المسفلة- الكرم- القرشي-الحارثي- متاجر العرب	١٨	٤٣
المجموع			٤١	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول(٥-٩) يمكن تصنيف الأسواق إلى ثلاث مجموعات بحسب حجم المتسوقين فيها:

***المجموعة الأولى**: الأسواق كبيرة الحجم التي يزيد فيها عدد المتسوقين على **٢٠٠٠**متسوق يومياً: وتضم سوقي الحجاز والسلام، وهي من أقل الرتب تواجداً في المدينة، إذ لا تتجاوز نسبتها **٤**% فقط، وهما سوقان فقط.

***المجموعة الثانية**: الأسواق متوسطة الحجم التي تراوح عدد المتسوقين عليها من**٢٠٠٠-١٠٠٠**متسوق يومياً: وهي الفئة التي بلغت نسبة أسواقها **٣٦**% من أسواق المدينة، وهي متوسطة الحجم بين باقي المجموعات.

***المجموعة الثالثة**: الأسواق صغيرة الحجم التي يقل فيها حجم المتسوقين من ١٠٠١-٥٠٠٠متسوق يومياً: وهي الفئة التي تضخم فيها عدد الأسواق إلى ٣٦% من أسواق المدينة، وغالبيتها متخصصة في السلع المعمرة كالأثاث المنزلي والملابس، مما خفض منسوب المنسابين نحوها، حتى مال نشاط بعضها إلى الموسمية والسنوية.

***المجموعة الربعة**:الأسواق الصغيرة جداً التي تدني فيها حجم المتسوقين إلى أقل من ٥٠٠متسوق يومياً: وتمثل هذه المجموعة النمط السائد للأسواق المركزية بالمدينة، والتي بلغت نسبتها ٤٣% من أسواق المدينة، غالبيتها من الأسواق القديمة بالمدينة، ويمكن تمثيل هذه المجموعات على الشكل(٥-٨)

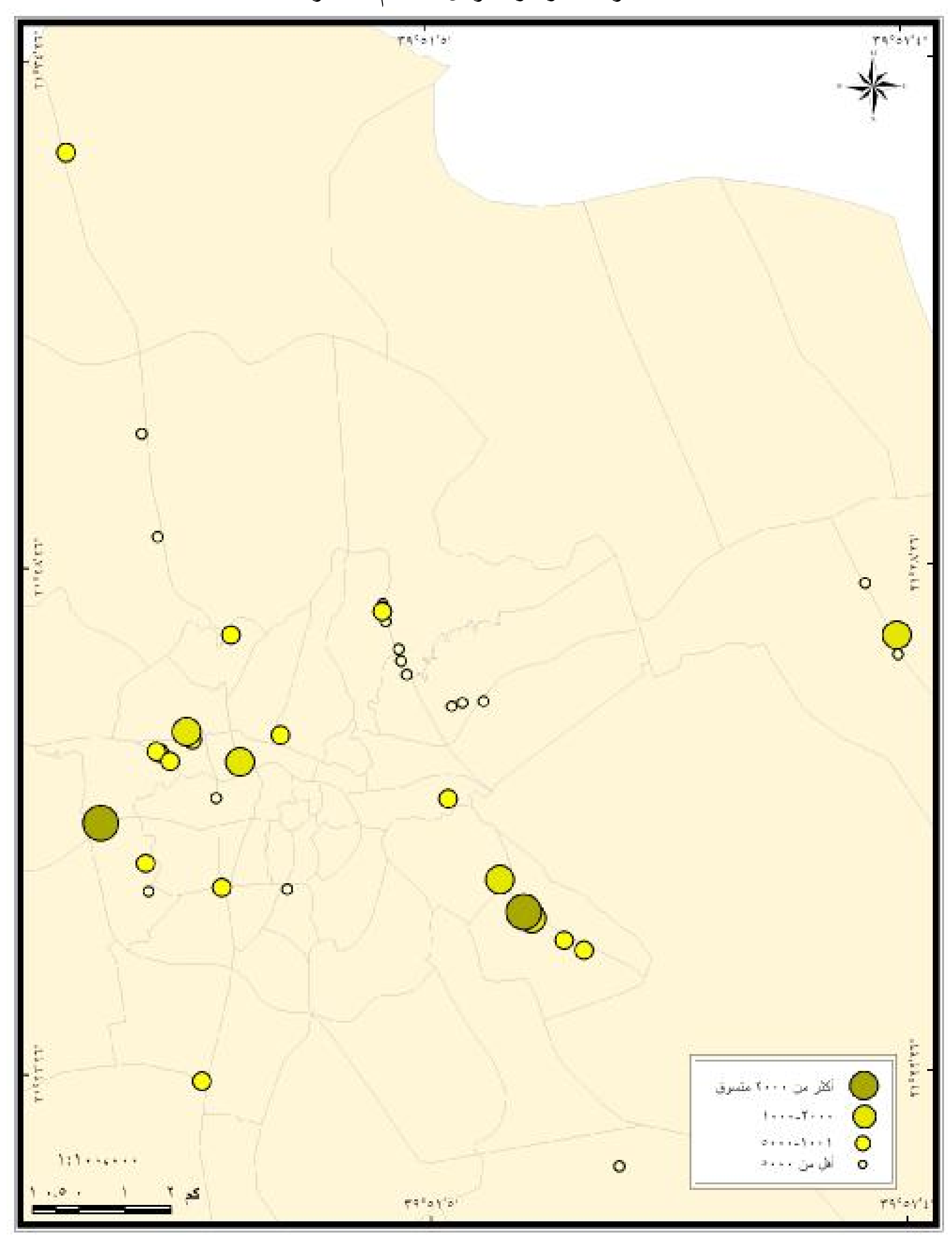
من خلال تحليل الشكل(٥-٨) نلاحظ تدني عدد الأسواق الكبيرة في رتبتها حسب حجم السكان، والتي ظهرت في غرب وجنوب شرق المسجد الحرام، وهي من المناطق الانتقالية بالمدينة، بينما ازداد عدد الأسواق المتوسطة في رتبتها، مما زاد من انتشارها، في شرق وغرب المسجد الحرام، ولكنها كانت أكثر انتشاراً من سابقتها، وظهر النمط السائد في الأسواق الصغيرة جداً والتي اتسعت دائرة انتشارها نحو الشرق الأقصى لكتلة المدينة، وفي شماله وشمالها الشرقي وجنوبها، مما يشير لوجود تطابق واضح لرتب الأسواق الشريطية والمركزية حسب أحجام متسوقيها.

وتعد هذه الأنماط الأربعة حصاداً طبيعياً لتفاوت درجات تأثير علاقات متبادلة الحركة والتفاعل في النظام السوقي المعقد، فأحجام الأسواق وأطوالها ومساحاتها ما هي إلا مؤثر ومتأثر، يتولد عنها أصناف مترا تبة في الأهمية داخل محيطها الجغرافي.

وعموماً تعتبر أسواق مكة المركزية أسواقاً منخفضة المركزية، إذا ما قارناها بأسواق مدن أخرى في نفس المنطقة الإدارية، كمدينة جدة عاصمة المنطقة الغربية بالمملكة، والتي علت مركزيتها الوظيفية والسكانية، حتى أصبحت الأقوى استقطاباً في إقليمها، وبالتالي الأقدر على إشباع الحاجات المتجددة للباحثين عنها داخل المدينة وما جاورها من مدن وحواضر وقرى، والذي أثر بدوره على مركزية أسواق مكة، وقلص من المحيط المكاني الخادم لها إلى بقع يمكن التنبؤ بمحدوديتها، فإلى أي مدى يمتد ذلك النفوذ في ظل ارتفاع مستوى الاتصال بينها وبين مدن إقليمها، وهذا جانب جوهري يتناول قوة التفاعل والتأثير عند دراسة أي عنصر حضري أو خدمي بالمدينة، والذي يمكن اتخاذه أساساً مهماً في التصنيف.

شكل رقم(٥-٨)

تصنيف الأسواق المركزية وفق حجم المتسوقين فيها



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

٥-٤ تصنيف الأسواق وفق مساحة مناطق نفوذها:

لكل نقطة مركزية مجال تفاعلي يربطها بما حولها، مهما كان حجم العلاقات المتبادلة فيما بينها، بتباين أحجامها السكانية والمسافات الرابطة فيما بينها (الهيتي،١٤٢٣هـ،ص٢٢١)

وفي دراستنا لموضوع الأسواق نجد أن نفوذ نطاق خدمة السوق يمتد لمسافات متباينة، وفي اتجاهات مختلفة نظراً لضرورة دورها في خدمة سكان المدينة، ويختلف نطاق النفوذ لكل سوق عن الآخر، وكذلك من فترة زمنية لأخرى، وتتأثر بتلاقي طرق ووسائل المواصلات والنقل، والتي تخلق محيطاً سهل الاتصال والوصول من كافة أنحاء المدينة وبأقل تكلفة وإلى أدنى حد.

ويختلف إقليم السوق مابين التمدد والتقلص بحسب الحجم السكاني المستفيد منه، وهو مؤشر واضح لمدى التفاعل بين السوق وإقليمه، والذي يمكن تعريف مفهومه بأنه منطقة التأثير وتصريف البضائع والسلع، التي تعتمد على السوق في الحصول على متطلباتها من السلع والخدمات، وهذه النقطة التي تُظهر علاقة تبادلية تكاملية التأثير، تنبعث منها السلع والخدمات وتمتص منتجات الإقليم الاقتصادية والقوى البشرية (الجار الله، ١٤٢٠هـ،ص٥٩-٦٠)

ولقد تعددت طرق تحديد منطقة النفوذ بين النوعية والكمية، فالأولى تعتمد على الوصف للمعايير المستخدمة في تحديدها، أما الثانية فتعتمد على أساليب إحصائية دقيقة تحلل العلاقة بقيم عددية، وهو جانب صعب التطبيق في ظل اعتمادها على الرابط ما بين النقطة المركزية وما حولها، إذ إن العلاقات التبادلية تتباين من عصر لآخر، بسبب مدخلات قوة الاتصال والانتقال وظهور صناعات واختفاء أخرى، وتعدد بدائل الوقود والمواد الخام، نتج عنها تعدد العناصر المحددة لمنطقة النفوذ(إسماعيل،١٤١٣هـ،ص٢١٩) فديكنسون يرى ارتباطها بعلاقات اقتصادية وروابط اجتماعية وأخرى سكانية، متأثرة بجاذبيتها، وهو الهدف الذي تسعى الدراسة لتناوله وإبراز أهم الخصائص السكانية والمكانية لإظهار العلاقة المتبادلة ما بين الأسواق ومنطقتها المخدومة، وقد طبقت الدراسة مقياس حساب منطقة النفوذ المشار له في الفصل الأول، فجاءت نتائجه على النحو التالي:

جدول رقم (٥-١٢)

امتداد مناطق نفوذ الأسواق الشريطية

الرقم	اسم السوق	عدد المترددين	مساحة الحي الذي يقع فيه السوق كم٢	إجمالي سكان الحي	نصف قطر دائرة نفوذ السوق كم	رتبة الطريق*
١٠	الحج	١٩٠٠٠	٥١.٧١	٢٨٨٧٧٥	٢	رئيسي
١	المسجد الحرام	١٢٠٠٠	١٥.٨٩	١٨٦٣٨٨	١	رئيسي
٣	عبد الله عريف	١١٧٠٠	١٢.٦٠	٢٠٤٨٣٩	٠.٨	شرياني
٤	الضيافة	٩٠٠٠	٢.٣١	٥٤٦٨٨	٠.٦	رئيسي
٥	المنصور	٩٠٠٠	٩.٣١	٢٢٢٠٦٣	٠.٦	رئيسي
٦	عبد الله خياط	٧٥٠٠	٥.٢٤	٤٨١٢٥	١	محلي
٧	الحجون	٦٠٠٠	١٨.٣٠	٢٤٣٤٧٦	٠.٦	رئيسي
٨	عمر القاضي	٥٥٠٠	٦٤.٩٤	٣٧.١٢٥	٩٨	شرياني
٩	ريع ذاخر	٥٥٠٠	٥.٥٦	٧٢٣٥٠	٠.٤	تجميعي
٢	خالد بن الوليد	٥٠٠٠	٠.٣٤١	٨٢٠٠	٠.٢	محلي
١١	الخنساء	٥٠٠٠	١.٧١	٣٤٦٠٠	٠.٣	تجميعي
١٢	الجزائر	٤٦٠٠	٦.٥٩	٨٠٦٧٥	٠.٦	شرياني
١٣	أم القرى	٤٥٠٠	٩٤.٣٧	٢١٦٥٢٣	١.٥	رئيسي
١٤	إبراهيم الجفالي	٤٥٠٠	٩٠.٦٧	٢٥٣٠٠٠	٤	محلي
١٥	الملك خالد	٣٥٠٠	٨.٢٥	٦٤٧٦٣	٠.٦	رئيسي
١٦	الأندلس	٢٨٠٠	٣.٧٣	٣٥٤٧٥	٠.٥	محلي
١٧	عبدالله الخليفي	٢٠٠٠	١٨.٣٠	٢٤٣٤٧٦	٠.٣	محلي
١٨	المنصورية	١٥٠٠	٢.١٣	٥٥٩٦٣	٢٣	شرياني
١٩	الملك عبدالله	١٢٠٠	٨.٢٥	٦٤٧٦٣	٠.٣	رئيسي
٢٠	وادي جليل	١١٠٠	٢١.٦٥	٢٠٣٥٠	١	محلي
٢١	الشهداء	٨٠٠	٢.٠٦	٤٤٠٠	٠.٦	محلي
٢٢	الطاشقندي	٧٠٠	٣.٢٥	٤٤٣٤٧٦	٠.٣	محلي

*تم سابقاً توضيح مفاهيم رتب الطرق في الفصل السابق.

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول السابق يمكن تصنيف الأسواق الشريطية إلى ثلاث مجموعات:

***المجموعة الأولى**:أسواق ذات منطقة نفوذ كبيرة (أكثر من ٥كم): وهي المجموعة الأقل بين باقي المجموعات، والتي لم تتجاوز نسبتها ١٣%من الأشرطة التجارية بالمدينة، وهي التي تناسب فيها عدد المتسوقين مع مساحة الأحياء المخدومة، وتضم هذه المجموعة شارع المنصورية وعمر القاضي فقط، وكليهما طرق شريانية تربط مابين طرق رئيسية أعلى رتبة منها، مما أكسبها عدداً كبيراً من المتسوقين فيها نسبة إلى

حجم السكان ومساحة الأحياء التي تخدمها، كما ساهم تخصص القاضي في المواد الغذائية مع انعدام تواجد الشوارع التجارية في تلك الجهات (مخططات الشرائع كبيرة المساحة) ساهم في جذب أحجام كبيرة نحوها، أيضاً يتخصص سوق المنصورية في السلع المتنوعة، وهو في الطرف الجنوبي من توزيع الأسواق الشريطية، الأمر الذي أسهم في مد منطقة النفوذ لمساحات واسعة حول الطريق الذي تنتمي له.

***المجموعة الثانية**: الأسواق ذات منطقة نفوذ متوسطة تراوحت مابين (٥-١كم): وهي المجموعة التي بلغت نسبتها ٢٧% من أسواق المدينة، وتضم وادي جليل وإبراهيم الجفالي وأم القرى وعبد الله خياط والحج والمسجد الحرام، نصفها يتوزع على طرق رئيسة تفصل مابين أحياء كبيرة في الحجم المساحي والسكاني والنصف الآخر على طرق محلية، تقع بالقرب من المجاورات السكنية، وتسعى معظمها لتلبية حاجاتها اليومية من السلع الغذائية والاستهلاكية.

***المجموعة الثالثة**: الأسواق ذات منطقة نفوذ صغيرة (أقل من ١كم):وهي المجموعة التي بلغت نسبتها ٦٣% من أسواق المدينة، وهي تضم أسواق المنصور والضيافة وعبد الله عريف والحجون وريع ذاخر وخالد بن الوليد، مما دل على أن هذا هو النمط السائد لامتداد نفوذ الأسواق الشريطية، اعتماداً على حساب عدد سكان الحي ومساحته وعدد المتسوقين فيه، وهي تمتد على مركب مختلط من الطرق على اختلاف رتبها، حيث وقع منها ١٨%على طرق رئيسية و٩% على طرق شريانية و١٣% على طرق تجميعية و٢٣%على طرق محلية، مما يظهر نمطاً محدداً من مناطق النفوذ بالمدينة، يمتاز بصغر المناطق المخدومة، وميلها نحو التركز على الطرق المحلية.

كما طبقت الدراسة مقياس منطقة النفوذ على الأسواق المركزية والذي أظهره الجدول التالي:

جدول رقم (٥-١٣)

امتداد مناطق نفوذ الأسواق المركزية

الرقم	اسم السوق	عدد المترددين	مساحة الحي الذي يقع فيها السوق (ألف م٢)	إجمالي سكان الحي الذي يقع فيه السوق	نصف قطر دائرة منطقة النفوذ (ألفم٢)	عدد الطرق المؤدية إلى السوق
١	السلام	٢٥٠٠	٥٢٤٢	٤٨١٢٥	٦٠	٢
٢	الهجرة	٨٠٠	٥٧١٧٥	٢٢٢٧٥	٤٥	١
٣	البحيرات	٤٠٠	٤٦٨٨٠	١٠٤٥٠	٤٢	١
٤	الشرائع مول	١٠٠٠	٣٠٣١٠	٢٤٧٥٠	٣٤	٢
٥	العوالي	٣٠٠	٩٠٦٧٠	٢٥٣٠٠	٣٢	١
٦	الحجاز	٣٠٠٠	٣٠٦١	١٤٤٣٨	٢٥	٢
٧	درة الشهداء	٩٠٠	٢٠٦١	٤٤٠٠	٢٠	١
٨	السوق الصغير	١٠٠٠	٤٥٤١	١٦٦٣٨	١٧	١
٩	العزيزية	٢٠٠٠	٥٢٤٢	٤٨١٢٥	١٤	٢
١٠	التعاون	٢٠٠	٢١٦٥٠	٢٠٣٥٠	١٤	١

١١	التعاون المشترك	٤٠٠	٤٦٨٨	١٠٤٥٠	١٣	٢
١٢	القرشي	٥٠	٣٤٦٣٠	١٢٤٧٥	١١	١
١٣	ذي المجاز	١٠٠٠	٥٢٤٢	٤٨١٢٥	١٠	٢
١٤	العتيبية	٩٠٠	٣٧٣٨	٣٥٤٧٥	٩	٢
١٥	العائلة	٨٠٠	٥٢٤٢	٤٨١٢٥	٩	١
١٦	القوافل	٨٠٠	٥٥٥١	٥٥٨٢٥	٩	٣
١٧	بلوتوث سنتر	٧٠٠	٢١٣٦	١٦٠٠٠	٩	١
١٨	محمود سعيد	٥٠٠	٣٠١٦	١٦٦٣٨	٩	١
١٩	عالم السيارات	٢٠٠٠	١٠٢٨	٢٨٦٠٠	٨	٢
٢٠	رياض العزيزية	٦٠٠	٥٢٤٠	٤٨١٢٥	٨	٢
٢١	الحارثي	٥٠	٣٠٣١٠	٢٤٧٥٠	٨	١
٢٢	العدل	٢٠٠	٦٨٦٠	٢٤٧٥٠	٧	١
٢٣	الضيافة	٢٠٠٠	٨٦٢	٣٧٥٠٠	٦	٢
٢٤	الرصيفة	٦٠٠	٣٢٥٠	٤٢٢٠٠	٦	٢
٢٥	البسام	٣٠٠	٥٢٤٠	٤٨١٢٥	٦	١
٢٦	الحازمي	٢٠٠	٣٧٤٠	٢٣٠٠٠	٦	١
٢٧	الفقية	٢٠٠	٣٧٤٠	٢٣٠٠٠	٦	١
٢٨	المنصور	٤٠٠	١٥٣٠	١٩٩٦٢	٥	١
٢٩	ستي لايتس	٣٠٠	٣٢٥٠	٤٢٢٠٠	٥	٢
٣٠	الصفا	٤٠٠	١٧٦٠	٣٤٦٠٠	٤	١
٣١	الكرم	١٠٠	٣٧٤٠	٢٣٠٠٠	٤	١
٣٢	الدواس	٦٠٠	٣٧٤	٢٣٠٠٠	٣	٢
٣٣	الوطن مول	٦٠٠	٨٦٢	٣٧٥٠٠	٣	١
٣٤	الهدا	٥٥٠	٨٦٢	٣٧٥٠٠	٣	١
٣٥	الأنوار	٥٠٠	٨٦٢	٣٧٥٠٠	٣	١
٣٦	الدرة	٢٠٠	١٧١٠	٣٤٦٠٠	٣	١
٣٧	العرب	١٠٠	٧٠٦٠	٥٣٦٠٠	٣	١
٣٨	المسفلة	١٠٠	١١٣٠	٢٤٦٠٠	٢	٢
٣٩	متاجر العرب	٥٠	٧٠٦٠	٥٣٦٠٠	٢	١
٤٠	المرسى	٦٠٠	٨٦	٣٧٥٠٠	١	١
٤١	بقيق	٥٠٠	٢٦٢	٥٠١٨٨	١	١

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ، وبيانات الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة١٤٢٤هـ.

من خلال تحليل الجدول السابق يمكن تصنيف الأسواق المركزية إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

***المجموعة الأولى**: أسواق كبيرة النفوذ وهي التي تجاوز نصف قطرها (أكثر من ٣٠ألف متر مربع): وقد بلغت نسبتها ١٢% فقط ، وتضم أسواق الشرائع مول والسلام والهجرة والبحيرات والعوالي، وجميعها من الأسواق البعيدة عن مركز المدينة القديم، وتقترب بشكل واضح من المناطق الهامشية، التي تتسع فيها مساحات الأحياء عموماً، وقد تباينت في مستويات سلعها من الدنيا للمتوسطة في دورية التسوق منها.

***المجموعة الثانية**:أسواق متوسطة النفوذ وهي التي تراوح قطرها مابين(٣٠-١٠ألف متر مربع): وقد بلغت نسبتها ٢٠% من أسواق المدينة، وتضم أسواق والحجاز ودرة الشهداء والسوق الصغير والعزيزية والتعاون

ذي المجاز والتعاون المشترك والقرشي، وجميعها من الأسواق المتخصصـــة في ســـلع متباينـــة المســـتويات والخصائص، إلا أن توسط مساحات الأحياء التي تقع بها قد منحها مناطق نفوذ متوسطة، بالرغم من ارتفاع نصيبها من حجم المتسوقين.

***المجموعة الثالثة**:أسواق صغيرة النفوذ وهي التي بلغ نصف قطرها(أقل من ١٠ألف متر مربع): والتي بلغت نسبتها ٦٨%، وتضم والعتيبية وبلوتوث سنتر والعائلة وعالم السيارات والقوافل ورياض العزيزية والحارثي والعدل الضيافة والرصيفة والبسام والمنصور والحازمي والفقية وسيتي لايتس والصفا والعرب والوطن مـــول والهدا والأنوار والكرم والدواس والدرة ومتاجر العرب والمسفلة وبقبق والمرسى ومحمود سعيد، وهي تمثـــل النمط السائد للأسواق المركزية بمدينة مكة المكرمة.

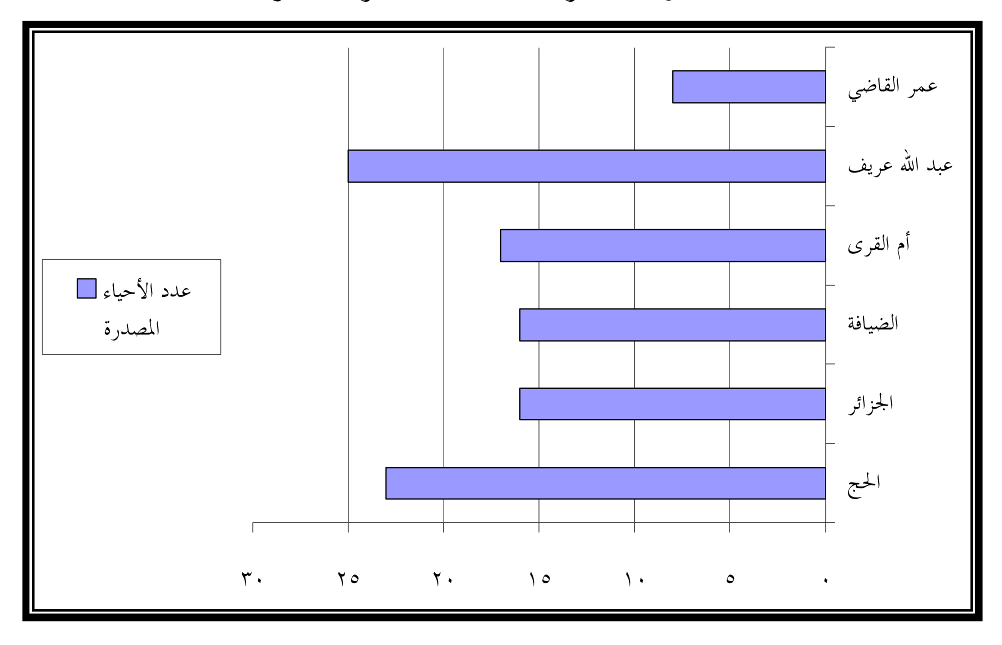
ومما يعاب على هذا المقياس أنه يأخذ في حسبانه تناسب مساحة(قد تكون غير معمورة) وسكان الحـــي وعدد المتسوقين، وقد أغفل عدة متغيرات فاعلة التأثير على اتساع وضيق منطقة النفوذ، ومن أبرزها:وجود أسواق أخرى منافسة في نفس الحي وإغفال مساحة السوق المعني بالقياس، نتج عن ذلك ظهـــور أســـواق صغيرة جداً في مساحتها وتجاور أسواقاً أخرى كبرى بمنطقة نفوذ كبيرة مثل سوق درة الشهداء والســـوق الصغير، كما أغفل نوعية السلع المعروضة في هذه الأسواق، وسهولة الوصول عبر الطرق مباشرة لـــه، إذ بلغت نسبة الأسواق التي حازت على طريقين ٣٦% من أسواق المدينة، و٦٣% اتصلت بطريق واحد، في حين تفردت فئة الأسواق الكبيرة في نفوذها بتوفر ١ – ٣طرق مباشرة، مما يعني سهولة وصول عالية تتناسب مع تعدد طرق الاتصال.

إن الترابط والاتصال في الإقليم الجغرافي يعد حلقة قوية التأثير على تشكيل النطـــاق المخـــدوم، فمـــن المعروف أن ارتفاع مستوى الشبكة ركن مهم لاستمرارية التفاعل بين حلقات النظام الجغرافي، فهي الـــتي تحيي وتثري حركته، وهي القادرة أيضاً على شل حركته تماماً؛ لذلك أولت الكثير من الدراسات الجغرافية اهتمامها بالمسافة بين الظاهرات وموقعها من شبكة المواصلات والاتصالات، حتى أصبح من المسلم به تزايد أهمية الموقع الخدمي منوطاً بالمسافة المكانية والزمنية والاقتصادية والجهد المبذول للوصول، ويمكن القول إنه كلما كانت الطرق المؤدية للأسواق متكاملة العناصر بتناسب أطوالها وأعراضها ومرافقها الخدمية والأرصفة الموازية لضفتيها؛ كلما تزايد نمو تلك الأسواق وازداد عدد القادمين إليها (الشريعي،١٤٢٤هـــ،ص٢٠٩)

ولقد سعت الدراسة لتتبع نطاق نفوذ المتسوقين حول الأسواق(العينة) بغية إظهار النمط السائد من خلال الشكل التالي:

شكل رقم(٥-٩)

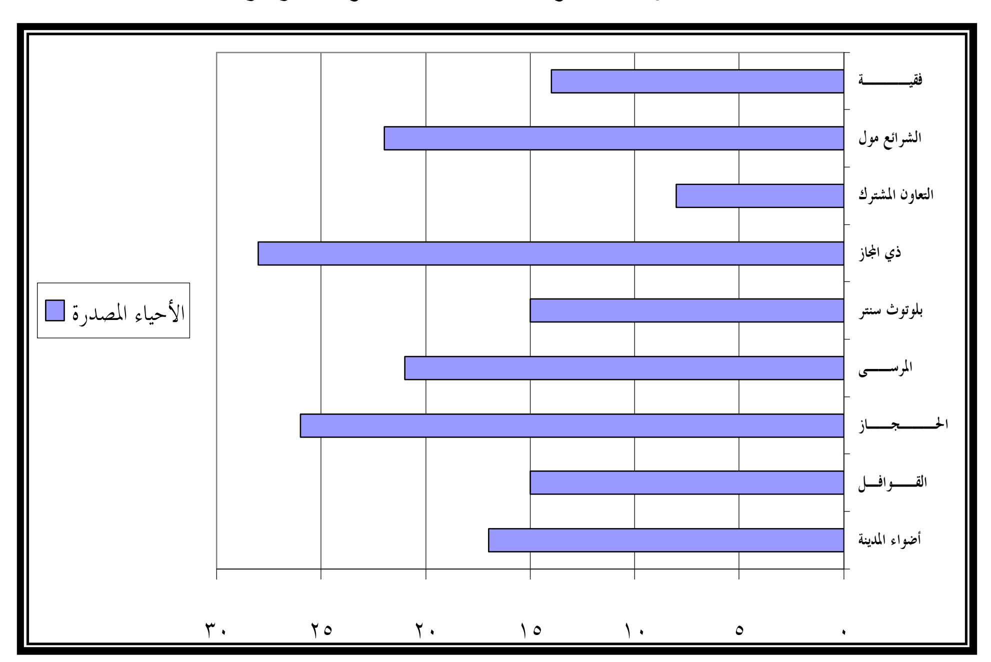
عدد الأحياء المصدرة للمتسوقين بمحلات الأسواق الشريطية



المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

شكل رقم(٥-١٠)

عدد الأحياء المصدرة للمتسوقين بمحلات الأسواق المركزية



المصدر: العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الشكل(٥-٩) الموضح للأحياء المصدرة لتحركات المتسوقين نحو الأسواق الشـــريطية يظهر مدى نفوذ الأسواق الشريطية، والذي لم يتجاوز ٣٠ حياً لأي سوق من أسواق المدينة، فقد ظهـــر أعلى نفوذ لأسواق شارع عبد الله عريف بواقع ٢٥حياً وبنسبة ٤٢%من أحياء المدينة، وهي الملك فهـــد وجرول والحمراء وأم الجود والخنساء والرصيفة وريع ذاخر والزاهر والزهراء والشوقية والسلامة والشرائع والطندباوي والعسيلة والعزيزية والعمرة والكعكية والمنصور والنزهة والهنداوية وجبل النور وجرهم والبيبان والشبيكة ووادي جليل والمرسلات، وكان أشدها دفعاً للمتسوقين الشرائع والشوقية والنزهة والزاهر، والتي تراوح من ٧-٥ متسوق، في حين كان أقل الأسواق جاذبية أسواق شارع عمر القاضي، والذي جـــذب سكان ٨ أحياء فقط بنسبة ١٣%، وهي شرائع المجاهدين والشرائع والهنداوية والمنصور والعدل وجبل النور والعدل والعكيشية، وكان أشدها دفعاً للمتسوقين(في هذا السوق) من الشرائع وشـــرائع المجاهـــدين ٧-٥ متسوق.

في حين أظهر تحليل الشكل(٥-١٠) أن الأسواق المركزية قد تجاوزت خط ٢٥ حياً كمنطقة مخدومة، فقد ظهر أن سوق ذي المجاز يخدم ٢٨حياً وبنسبة ٤٦%، وهي الملك فهد والتنعيم والجميـــزة والخنســـاء والخالدية والرصيفة والزاهر والشرائع والشوقية والعتيبية والعزيزية والعمرة والعوالي وجبل النور والطندباوي والمسفلة والمعابدة والسليمانية والنزهة والهجرة وبطحاء قريش والغزة وريع ذاخر والبيبان وجرول والشامية والمرسلات، ساهم على ذلك طبيعة التنوع السلعي والخدمي للسوق، مما جعلها من أشد الأسواق المركزية جاذبية طوال العام، في حين كان سوق التعاون المشترك هو أقل الأسواق نصيباً من الأحياء المخدومة، حيث بلغت٨ أحياء فقط ١٣%، وهي الملك فهد والتنعيم والعزيزية والعمرة والمنصـــور والنواريـــة والهنداويـــة والحمراء وأم الجود، ولقد كان هذا نتيجة لنوعية السلع المباعة فيه فقد تخصص بالسلع المعمرة، الـــتي يمتـــد مدى التسوق لها نحو السنوية أو الموسمية، على عكس الأسواق الشريطية التي اتجهت للسلع الاستهلاكية كما ظهر من الشكل السابق، وهذا يثبت تأثير نوعية السلع في مد النطاق المخدوم، ويمكن القول بوجود علاقة طردية بين مساحة نفوذ السوق ودورية التسوق، فكلما قلت رحلات التسوق نحو سوق مـــا زاد نفـــوذه والعكس صحيح، وهي علاقة مهمة في توليد الحركات السكانية نحو الأسواق، الأمر الذي يزداد عمقه تأثيراً كلما توافرت وسائل الوصول الميسرة.

ولا يخفى تأثير وسيلة الوصول على مستوى سهولة الوصول، فالسيارة الخاصة أكثر الوســـائل حريـــة، وأوفر اقتصادياً، وأكثر استقلالية وأقل جهداً لتنفيذ الرحلة السوقية، والوسيلة الأكثر فاعليـــة في تنشـــيط الحركة نحو السوق. وتتدنى باقي الوسائل في مستوى سهولة الوصول، وللتحقق من هذا ناقشت الدراســـة هذا الجانب كمؤشر للمسافة الزمنية والاقتصادية الفاصلة مابين السوق والمسكن، والتي تظهـــر نســـبها في الجدول التالي:

جدول رقم (٥-١٤)

وسيلة وصول المتسوق للسوق

الرقم	الأسوق الشريطية			الأسواق المركزية	
	وسيلة الوصول للسوق	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
١	سيارة خاصة	٢٩١	٧٦	٣١١	٨٨
٢	سيارة أجرة	٥١	١٣	٢٥	٧
٣	سيراً على الأقدام	٣٦	٩	١٣	٤
٤	حافلة النقل الجماعي	١	٠.٢	١	٠
٥	أخرى	٢	٠.٥	٤	١
	المجموع	٣٨١	١٠٠	٣٥٤	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول نجد أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة المدروسة قد اعتمدت على السيارة الخاصة، سواء في انتقالها للأسواق الشريطية أو الأسواق المركزية، لما تمتاز به السيارة الخاصة من حرية الحركة وتدني الكلفة الاقتصادية والجهد المبذول، وهو النمط السائد بين وسائل النقل المعتمد عليها للرحلة السوقية، جاء في المرتبة الثانية سيارة الأجرة حيث اعتمد حوالي ربع العينة عليها للوصول للسوق الشريطي والمركزي، أما المرتبة الثالثة من وسائل النقل فهو السير على الأقدام، والتي تراوحت نسبة الفئة المعتمدة عليها مابين ٩-٤% من العينة، وهي نسبة متدنية نسبياً والسبب في ذلك يعود إلى زيادة الجهد والوقت المبذول عند استخدامها بين باقي الوسائل، لذلك قل الاعتماد عليها للوصول للسوق، وقد كانت حافلة النقل العام هي أقل الوسائل نصيباً في تغذية السوق الشريطي والمركزي بالمتسوقين على حد سواء؛ إذ لا يعتمد عليها في تنقلاتهم اليومية إلا فئة قليلة من السكان من المتسوقين متدني الدخل، بينما بلغت وسائل أخرى نصيباً أقل لخدمة السوق مثل الدراجة الهوائية أو سيارة صديق... والتي غالبا ما تكون عرضية الظروف.

وهذا لا يعني بطبيعة الحال تطابقاً تاماً بين وسائل الوصول لدى النوعين من الأسواق، إذ إن المقارن بعين العمومية؛ يجد أن متسوقي الأسواق الشريطية قد تباينت وسائلهم للوصول إلى السوق بين السير على الأقدام وسيارة الأجرة والسيارة الخاصة، الأمر الذي يمكن تبريره بتباين مستويات دخل المتسوقين والمتنحية نحو الدونية، وهو جانب سيبحث في مدى صحته من خلال دراسة خصائص المتسوقين، وبالمقابل فقد تركز اعتماد المتسوقين في الأسواق المركزية على السيارات الخاصة بدرجة قد تكون كلية، مما ينبئ بارتفاع المستوى الاقتصادي لمتسوقيه، وحيازة غالبيتهم على سيارة خاصة تغني عن باقي الوسائل، وهنا يظهر تأثير المستوى الاقتصادي في الاعتماد على السيارة الخاصة للوصول إلى السوق، مستغنياً بها عن باقي الوسائل، ولا أدل على ذلك من استعدادهم لقطع مسافات أطول وأكثر كلفة، بغية الحصول على السلعة بالمستوى المطلوب، وإن زادت المسافة المكانية أو الزمانية التابعة لطول المسافة، وهو الجانب الذي تمحور حوله الجدول التالي:

جدول رقم (٥-١٥)

المسافة الزمنية المستغرقة للوصول للسوق

الرقم	الأسواق الشريطية			الأسواق المركزية	
	الوقت بالدقائق	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
١	أقل من ٥	٤٦	١٢	٢٩	٨.٢
٢	من ٥-إلى أقل من١٠	٩٦	٢٥	٨٩	٢٥.١
٣	من ١٠-إلى أقل من ١٥	١٢٥	٣٢	٩٤	٢٦.٦
٤	من ١٥-إلى أقل من٢٠	٦٥	١٧	٦٢	١٧.٥
٥	٢٠فأكثر	٥٣	١٤	٨٠	٢٢.٦
المجموع		٣٨٥	١٠٠	٣٥٤	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول نجد أن أكثر من ربع المتسوقين قد قطعوا من١٠- إلى أقل من ١٥دقيقة للوصول للسوق الشريطي أو المركزي، وهذه دلالة واضحة على استعداد المتسوقين لقطع مسافة زمنية متوسطة، بغية الوصول للسلعة المطلوبة، أما الربع الثاني من المتسوقين فقد قطعوا مسافات زمنية أقل تراوحت مابين ٥- أقل من١٠دقائق، في حين تقلص حجم العينة في المسافة القصيرة زمنياً للمتسوقين، وهذا يؤكد فكرة ضعف تأثير المسافة الزمنية والاقتصادية المقطوعة من السكن نحو السوق الشريطي أو المركزي، إذا ما توفرت امتيازات أخرى في أسواق أبعد، مؤكدة بذلك على توجه المتسوق السعودي نحو الإنسان الاجتماعي غير الآبه بمدى ما يتكبده من كلفة مادية وجهد مبذول ومسافة زمنية في سبيل الحصول على السلعة المطلوبة بخياراتها المتعددة، ففي عصر ما قبل الطفرة الاقتصادية كانت الكلفة المادية والوقت المستغرق للوصول من الأولويات التي تخضع لها عملية المفاضلة بين سوق وآخر، أما اليوم فقد أثرت تغيرات الطفرة في تحول تفكير الإنسان الاقتصادي الرشيد في قراراته إلى الاجتماعي المحكوم بالعاطفة، والذي يبحث عن أقصى إشباع لرغباته وتحقيق غاياته من رحلة التسوق، نتيجة لغلبة المادية على نمط الحياة وتزايد الضغوط النفسية والاجتماعية، حتى أصبح وقت التسوق بمثابة الترويح والتنفيس، مما غير وجه التسوق التقليدي نحو التسوق الحديث، لذا وضعت الدراسة هذا التساؤل للمتسوقين: أين تفضل أن يكون موقع السوق المركزي؟ وقد اختص هذا بالأسواق المركزية نظراً لحداثتها،فظهرت إجابات العينة على النحو التالي:

جدول رقم (٥-١٦)

الموقع المفضل للسوق المركزي

الرقم	المناطق	العدد	النسبة المئوية
١	وسط المدينة بالقرب من الأسواق القديمة	٩٤	٢٦.٦
٢	مناطق الأحياء السكنية	١١٥	٣٢.٦
٣	أطراف المدينة وضواحيها	١٤٤	٤٠.٨
	المجموع	٣٥٣	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول نجد أن ثلث عينة الدراسة من المتسوقين يفضلون أن يقع السوق المركـــزي في أطراف المدينة وضواحيها، وهي فئة الإنسان الاجتماعي، بينما فضل ربع العينة فقط التسوق في الأســـواق المركزية الواقعة في منطقة السوق القديمة المجاورة للمركز، وهي الفئة التي تمثل الإنسان الاقتصادي، الـــذي يفضل الحصول على السلعة والخدمة بأقصر مسافة مكانية وزمنية، والحصول على أدنى مستوى منها، وهم بذلك أكثر عرضة للكثير من مشكلات الطريق، الخافضة لسهولة الوصول خاصة حول الأسواق المركزيـــة الواقعة في الأحياء العشوائية ونصف العشوائية، فمن المعروف أن الأسواق الواقعة في المناطق العشوائية أدنى وأقل سهولة في الوصول، بسبب قلة وضيق وتشعب الطرق، والتي عرضتها الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (٥-١٧)

المشكلات التي واجهت المتسوقين في طريقهم للسوق

الرقم	المشكلة	الأسواق الشريطية		الأسواق المركزية	
		العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
١	طول المسافة المستغرقة للوصول	٣٠	٨	٧٢	٢٢.٩
٢	عدم وجود مواقف السيارات	١٢١	٣٢	١١٢	٣٥.٧
٣	الازدحام المروري	١١٦	٣٠	٤٧	١٥
٤	كثرة التقاطعات وإشارات المرور	٢٠	٥	٣٦	١١.٥
٥	أخرى	١١	٣	٤	١.٣
٦	أكثر من مشكلة	٦٩	١٨	٢٧	٨.٦
٧	لا توجد مشكلة	٨	٢	١٦	٥.١
	المجموع	٣٧٥	١٠٠	٣١٤	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول نجد أن أقوى المشكلات تأثيراً على رحلة التسوق؛ هو عدم وجـــود مواقـــف للسيارات ومواقف للانتظار(٣٢-٣٦%) في الأسواق الشريطية والمركزية، نظراً لتدني الحجم الاســـتيعابي للمواقف المتاحة حول السوق المركزي، وخلو غالبية الطرق التجارية من طرق جانبية للخدمات، فقد عانى الكثير من المتسوقين من مشكلة الازدحام المروري٣٠% في الأسواق الشريطية وظهرت مشـــكلة طـــول المسافة المستغرقة للوصول في الأسواق المركزية بنسبة ٢٣%، وهي ثاني المشكلات التي تعيق طريق المتسوق في الأسواق الشريطية والمركزية، والذي غالباً ما يكون واقعاً على طريق خدمات، تنظمـــه الكـــثير مـــن

الإشارات والتقاطعات التي تشكل مشكلة في حد ذاتها... يظهر من هذا كله مدى تعقيد عناصر رحلة التسوق، مما أوجد أكثر من مشكلة لدى المتسوق، الأمر الذي يعكس تدني مستوى سهولة الوصول على الطرق التجارية وطرق الأسواق المركزية.

ومن خلال هذه النتائج الإحصائية يمكن القول بأن الهالة الخدمية لأسواق مكة تزداد في الاتساع كلما بعدت عن المركز، وكانت تبعاً لذلك أكبر مساحة وأوسع مجالاً في تعدد الخيارات من السلع، الأمر الذي يؤكد حقيقة تأثير الأسواق المركزية الكبيرة والأسواق الشريطية الطويلة، خاصة وأن الطابع العام للأسواق بمكة بات صغيراً في حجم المتسوقين وأنواع السلع، وبالتالي صغر المناطق الخادمة لها داخل النطاق الحضري للمدينة.

ويظهر من طبيعة العلاقة ما بين الأسواق والمتسوقين وجود نظام متداخل العناصر متبادل التأثير ظاهر المدى، طبقته الدراسة على خرائطها المكانية السابقة، بيد أن ثورة الاتصالات والاتصال في العالم، وهي التجربة الحديثة التي خاضها المجتمع السعودي، قد وضعت بصمتها في تشكيل أنماط حديثة لمناطق النفوذ المخدومة من الأسواق، وهي أفكار ولدت في عالم المعلومات عام١٩٣٣م، وترعرعت تحت مسمى ثورة المعلومات والتبادل والاتصال، واليوم(٢٠٠٩م) يعيش العالم في قرية صغيرة، انفتحت فيها المجالات المكانية إلى مدى أوسع زالت معه الحواجز الجغرافية، وأصبح بإمكان العميل في أي موقع بالعالم أن يشتري من أي بائع بالعالم، عن طريق شبكة الانترنت دون الحاجة إلى الانتقال لمكانه بطريق أو وسائل مواصلات، وهنا أصبحت الأسواق الجغرافية محدودة المدى الخدمي، مقارنة بالأسواق الالكترونية، فمجرد فتح موقع على شبكة الانترنت تصبح منافساً في سوق جديدة، لا تعترف بتأثير طبوغرافية المكان أو عوامل المناخ أو شبكة الطرق أو النمو العمراني أو استخدام الأراضي أو السياسات الحكومية...بل تتأثر بعامل واحد فقط؛ هو مدى قدرتك على جذب المتسوقين نحوك، وذلك بتقديم منتجات عالية الجودة قادرة على تعزيز سلوك الشراء، الذي تعددت أمامه الخيارات بتعدد المعروض لديها، وهي بذلك أقل كلفة وأقصر وقتاً للحصول على السلعة، لذلك تعد فرصاً مفتوحة للتبادل التجاري من المحلية نحو العالمية.

وتتم عملية التسوق فيها بتبادل الأدلة المفهرسة للأسعار والفواتير الالكترونية والتعاملات المصرفية، لدعم عملية التفاوض والشراء، ثم التسليم ومتابعة إجراءات الدعم الفني بعد الشراء، وهو جانب يكشف عن تفاعل قوي خارج النطاق الجغرافي، أضافت به التجارة الالكترونية بعداً جديداً لتنمية وتطوير الفكر التسويقي، كما كان له الأثر الأكبر في دعم أساليب التسويق، حيث استفادت منه في تعزيز اقتصادياتها وقدراتها التنافسية، وتزداد هذه التوجهات الاقتصادية نضوجاً تبعاً لزيادة الاعتماد على الحواسب الشخصية واستخدام المعلومات الرقمية وشبكة الانترنت، وهو نطاق واسع يتناغم مع طبيعة العصر، ولكنها اختصت بسلع معينة(خلاف، ١٤٢٤هـ،ص٤٧-٥١)

نستنتج من هذا أن ظاهرة الأسواق هي إحدى الظواهر الجغرافية المتجددة في نشاطاتها، وذلك نتيجة لتفاعلها المستمر وفقاً لمتطلبات الإنسان في أي عصر وتحت كل ظرف، إذ تتشكل في أنواعها ومستوياتها تبعاً لحاجاته، ويمكن القول بأن الإنسان هو المعبر الأول عن محيطه الجغرافي، وهو أيضاً الذي يحدد مستوى خدمة السوق ومدى امتداده، وقد أثبتت الدراسة الحالية قوة الارتباط ما بين الأحجام السكانية وعدد الأسواق فيها، وأشارت إلى حرصها على التركز بالقرب منها، بواقع ٨٠% من الأسواق المركزية و٧١% من محلات الأسواق الشريطية في الأحياء الكبيرة والمتوسطة بالحجم السكاني والتي تمثل ٥٠% فقط من أحياء المدينة، وهنا يظهر تأثير السكان على امتداد هالة نفوذ السوق، إذ وسمت غالبيتها بالصغر، لتتفرد الأسواق البعيدة عن السكان باتساع نفوذها بسبب اتساع نطاق خدمتها نحو الكثافات السكانية الأبعد عنها، ويدفعنا هذا التأثير القوي للسكان لدراسة أبرز الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية والشرائية للمتسوقين في أسواق مكة المركزية والشريطية.

٥-٥ خصائص المتسوقين في الأسواق الشريطية والمركزية:

تتحكم الكثير من السمات والعوامل الديموغرافية والسلوكية المتعلقة بالمتسوقين في تشكيل الكيان السوقي، مما يتطلب محاولة معرفة التفاصيل الدقيقة لعادات المتسوق وتقاليده، وأثره على العلاقة بين السوق والمتسوق، ويرتبط السلوك الشرائي لدى المتسوق بعدة علوم اجتماعية منها علم الديموغرافيا Demography، المختص بخصائص ديموغرافية مثل الجنس والعمر والحالة الزواجية والمؤهل العلمي ومستوى الدخل الشهري حجم الأسرة ومكان السكن .... والتي يسهل من خلالها التعرف على قطاعات المستهلكين الذين يتصفون بصفات ديموغرافية معينة، ثم دراسة أنماطهم وتوزيعهم الجغرافي، والمسلك الإنساني الذي تمحورت حوله الأنشطة والتصرفات التي يمارسها المتسوق أثناء بحثه عن السلع والخدمات التي يسعى لإشباعها، ومن ثم تقييمها وشرائها...، وهي سلسلة من عمليات اتخاذ القرار... بيد أن محورنا الجغرافي يعني بخصائص السكان الديموغرافية والمكانية، المؤثرة والمتأثرة بالمكان، ودراسة تلك العملية التبادلية أثبتت أن الأفراد الذين يعيشون في منطقة جغرافية واحدة تجمعهم حاجات ورغبات وعادات وتقاليد شرائية مشتركة، تختلف عن حاجات ورغبات وعادات وتقاليد العائلات والأفراد الذين يعيشون في منطقة جغرافية أخرى مختلفة الظروف المكانية، فعلى سبيل المثال لا الحصر تحتم طبيعة المناخ والتضاريس في كل إقليم جغرافي تفضيلات معينة للأفراد والمقيمين في الإقليم لأنواع معينة من السيارات على سبيل المثال، حيث تحتاج المناطق المرتفعة إلى سيارات ذات عزم قوي كالسيارات الجيب والجيمس كسكان مدينة أبها؛ وساكني المدن الزراعية يفضلون سيارات الوانيت مثل سوزوكي وتويوتا لحاجتهم المستمرة لنقل منتجاتهم ومحاصيلهم كساكني مدينة الطائف والمدينة المنورة..ولذلك فإن فهم طبيعة التفاعل فيما بين الخصائص الديموغرافية والجغرافية والاجتماعية والثقافية والسلوكية لمنطقة ما؛ سيساعد بالتأكيد في وضع صورة واضحة ومحددة لطبيعة مجتمع الدراسة، فمن أبرز الخصائص الديموغرافية العمر والجنس... والخصائص الاجتماعية والثقافية

مثل المستوى التعليمي والدخل وحجم الأسرة ...أما الخصائص السلوكية فمثل عادات الشراء وعدد مرات الشراء و الأوقات المفضلة للتسوق والأيام المفضلة أيضاً(سليمان، ١٤٢١ ،ص ١١٢) وأما التفاعل مع المكان فسيظهر باختيار السوق وموقعه، والسلع المستهدفة، والمشكلات المكانية المقلصة لسهولة الوصول، وهذه أبرز الجوانب التي تبرز نقاط التلاقح فيما بين المتسوق ومحيطه السوقي ضمن بوتقة جغرافية خاصة، ومن أبسطها:

- **الجنس:**

يعد الجنس من أبسط الخصائص السكانية الواصفة للطبيعة النوعية، والتي تنسحب عنها عدة تأثيرات على العينة المدروسة، ويمكن تحليل ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٥- ١٨)

تصنيف المتسوقين حسب الحالة الاجتماعية

القدوم للسوق	الشريطية		المركزية	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى
فرد	٢٦١	١٦	٩٦	١٤
عائلة	٦١	٨٠	١٣٧	٩٣
المجموع	٢٧٧	٩٦	٢٣٣	١٠٧
مجموع المتسوقين*	٣٧٣		٣٤٠	

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل (٥-١٨) نجد أن حجم المتسوقين الذكور الأفراد كانوا أكثر في الأسواق الشريطية، وهي فئة المارة المفضلة لهذه الأسواق، إذ يقضي الرجل بمفرده حاجات أسرته اليومية والمتجددة من الشريطية، وهي أقصر مداً في تكرار التسوق منها، فقد بلغت نسبتهم ٧٠% من متسوقي الأسواق الشريطية، قابله انخفاض واضح للإناث، كما بلغت نسبة الأفراد في المركزية٢٥% من متسوقي الأسواق المركزية، وهي نسبة أعلى من الإناث(٤%) الأمر الذي تأثر بطبيعة الرجل، إذ يعد الأقدر –غالباً– على اتخاذ القرار الرشيد والعقلاني المستند على مبدأ الرشد الاقتصادي، يحكمه المنطق بجمع المعلومات عن البدائل المتاحة والمقارنة بينها، وما يتبعها من خدمات الضمان والصيانة، وعلى ضوء ذلك كله يختار أنفعها، وعلى ضوء ذلك ازدادت نسبة المتسوقات مع أسرهم في الشريطية، بينما كان الذكور المصطحبون لأسرهم أكثر في الأسواق المركزية من الإناث بأسرهم ٣٧% بينما توزعت النسبة الباقية على الأفراد والإناث بأسرهم، وكان ذلك نتيجة لطول مدى التسوق منها، واتساع مجال مشاركة المرأة في قرارات الشراء، وتقبل الرجل لذلك، بالرغم من توجهها الاجتماعي –غالباً– والذي تحركه الدوافع الاجتماعية والنفسية غير

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٥٧متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

المشبعة،كشعوره أنه يستحق هذه السلعة، وإن علا ثمنها تحقيقاً للذات، وهي قرارات غير رشيدة تحكمهـــا العاطفة، وهذه سمة واضحة في متسوقي الأسواق الشريطية والمركزية على حد سواء.

وهذه تعد صورة عامة لمدى تأثير جنس المتسوق في الاستجابة والتأثير على طبيعة الأســـواق، وخلـــق توجهات حديثة تبحث في إشباع رغباتهم والوفاء بمتطلباتهم المختلفة، بيد أن هذا لا يعني بالضرورة انطباق هذه الصورة تماماً على كل الفئات العمرية، إذ تختلف السمات بين كل فئة نتيجـــة لاخـــتلاف الخـــبرات والاهتمامات وطريقة تفكيره لكل منها في اتجاهات التسوق، وهو جانب تُعنىَ به الجزئية التالية.

- **العمر**:

يعد العمر عنصراً عميق التأثير في الانجذاب والتفاعل لكلا النوعين من الأسواق، نتيجة التغيرات العصرية التي تواكب كل جيل تختلف في تأثيراتها على العادات والسلوكيات الشرائية للفرد، ولتوضيح الصورة أكثر نحلل الجدول التالي:

جدول رقم (٥-١٩)

تصنيف المتسوقين وفق الفئة العمرية

الفئة العمرية	الأسواق الشريطية	الأسواق المركزية
أقل من ٢٥	١٢٦	١٢٨
من ٢٥-إلى أقل من ٣٥	١٢٣	١٣٥
من٣٥-إلى أقل من ٤٥	٩٠	٧٠
من٤٥-إلى أقل من٥٥	٣٦	٢٠
من٥٥فأكثر	٧	٣
مجموع المتسوقين*	٣٨٢	٣٥٦

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول(٥-١٩) نلاحظ ميل الفئات العمرية الدنيا نحو التسوق بشكل عام، في حين تبدأ النسب في التدني كلما كبرت الفئة العمرية للمتسوق، مما يعني تضخماً واضحاً في حجم المتســـوقين في الفئة العمرية أقل من ٣٥عاماً خاصة في الأسواق، بنسبة٦٥% من المتسوقين في الأسواق الشريطية و٧٤% في الأسواق المركزية، وهي الفئة التي تتمتع بجرأة أكثر ورغبة أقوى في البحث عن كل جديد ومحاولة اقتنائه، كوسيلة لإشباع رغبة التسوق الاستمتاعي، ومن هذا يظهر غلبة فئة الشباب، كفئة منتجة عاملة قادرة على تلبية حاجات الفئات المعالة من الأطفال وكبار السن وغير العاملين، وهي الفئات التي تدنى حجم المتسوقين منها إلى أدنى نسبة١-٢% فقط من مجموع الفئات العمرية، مما يكشف عن وجود تباين بين الســـكان في درجة الانجذاب وفق العمر، ووجود فئات هرمية الترتيب تعكس تـــدرجها واختلافهـــا في الاهتمامـــات والرغبات والقيم، والتي تثبت وجود علاقة عكسية بين العمر وحجم المتسوقين من كل فئة عمرية، فكلما تدنت الفئة العمرية زاد عدد المتسوقين والعكس، كلما زادت الفئة العمرية قل عداد المتسوقين، فالفئة المنتجة

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

هي المحور الرئيس، لتشكيل التفاعل، وبلورة المكانة الاجتماعية، المساهمة في تنميط أسلوب الشراء، وتـــؤثر على نوعية السلع والخدمات والمحلات التجارية التي ينتقيها، وتحدد هوياته وأساليب ترفيهه، وهي جوانـــب مهمة تساعد المستثمرين للتعرف على النمط السائد في منطقة ما، وبالتالي توفير ما تستهويه تلك الطبقـــات الاجتماعية، والتي يمكن دراستها من خلال مؤشر آحادي مثل الوظيفة أو الدخل أو المستوى التعليمي.

- **المستوى التعليمي:**

يعتبر المؤهل التعليمي أحد أهم المؤشرات المعبرة عن الطبقة الاجتماعية، والتي ينتمي إليها الفرد، وتضع له إطاراً شرائياً وأسلوباً للإنفاق واختيار السلع والخدمات، مما يشير إلى وجود علاقة طردية بين التعليم والدخل في أغلب الأحوال، وهو جانب جوهري يتناوله الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٢٠)

تصنيف المتسوقين وفق المؤهل التعليمي والدخل الشهري

المؤهل العلمي	الأسواق الشريطية						الأسواق المركزية					
	أقل من٤٠٠٠	من٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	من ٦٠٠٠إلى أقل من ٨٠٠٠	من ٨٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠	من ١٠٠٠٠ فأكثر	غير محدد	أقل من ٤٠٠٠	من٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠	من ٨٠٠٠إلى أقل من ١٠٠٠٠	من ١٠٠٠٠ فأكثر	غير محدد
فوق جامعي	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٣	-
جامعي	٣٠	٢٩	٢٢	٢٦	٣٨	-	٢٧	٤٠	١٧	٢٤	٥٠	-
ثانوي	٦٦	٤٢	٢٣	١٤	١٧	-	٤٧	٣٠	١٥	١٣	١٦	١
متوسط	٣٦	١٠	٣	٣	-	-	٢٦	٩	٧	١	٢	-
ابتدائي	١٣	٤	١	-	١	-	٨	١	-	-	-	-
غير متعلم	٦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	١٥١	٨٥	٤٩	٤٣	٥٦	-	١٠٨	٨٠	٣٩	٣٨	٧١	١
مجموع المتسوقين*	٣٨٤						٣٣٧					

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ.

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

من خلال تحليل الجدول(٥-٢٠) نجد أن العلاقة الطردية واضحة مابين الدخل الشهري والمؤهل التعليمي للمتسوق، حيث ظهرت الفئات التعليمية المتدنية أقل دخلاً والعكس، والذي أظهر أن ٦٢% من المتسوقين في الأسواق الشريطية قد اقتصر تعليمهم على ما دون المؤهل الجامعي، وهم متباينو الدخول الشهرية، و٣٩% منهم فقط تباينت دخولهم مابين٦٠٠٠-١٠٠٠٠فأكثر، وهو يشير إلى أن المتسوقين في الأسواق الشريطية أدنى في مستوياتهم التعليمية بشكل عام، نتج عنه دخول شهرية متوسطة ومتدنية، وهي طبقة اجتماعية منخفضة تفضل قضاء حاجاتها من المحلات الصغيرة المجاورة لمساكنهم، والواقعة على طريقهم، إذ لا يمتلك بعضهم سيارات خاصة، كما أن أصحاب المحلات الصغيرة يبيعون لهم بالأجل نظير معرفتهم الشخصية، وبالمقابل نجد أن ٤٨% من متسوقي الأسواق المركزية من أصحاب المؤهلات الجامعية وما فوق، أي ما يقارب نصف المتسوقين هم من أصحاب المؤهلات العلمية العالية، نتج عنه ارتفاع واضح في الدخول، إلا أن السمة البارزة هو جذب الأسواق الشريطية والمركزية للمتسوقين من كافة الدخول، أما الفارق فهو في جاذبية الأسواق الشريطية الأقوى للدخول المتوسطة، بينما كانت جاذبية الأسواق المركزية أقوى للدخول المنخفضة والمرتفعة، الأمر الذي يشير إلى تأثير ثقافة الاستهلاك على المجتمع السعودي، وتنظر للتسوق بأنه عملية ترفيهية، تفضل ارتياد الأسواق ذات الخدمة الشخصية الممتازة والمعروضات الجذابة والمناخ الداخلي الحديث (سليمان،١٤٢١هـ،ص٢١٠-٢١١) وهي من أكثر الطبقات الاجتماعية تسوقاً، وذلك تحقيقاً لقوة العلاقة بين الدخل والإنفاق، فكلما ارتفع الدخل زاد الإنفاق والعكس صحيح، ونتيجة لذلك يمكن أن نقول إن الدخل والتعليم يعتبران من أقوى العوامل المؤثرة في تشكيل النمط السائد للمتسوقين، وهما يشكلان مستويات معيشية تؤثر وتتأثر بالحيز الاجتماعي، بداية من الأسرة إلى كامل المجتمع، ومن تلك السمات المؤثرة على عملية التفاعل مابين السوق والمتسوق حجم الأسرة.

- **حجم الأسرة:**

تتأثر القرارات الشرائية التي تتخذها الأسرة باختلاف حجمها، سواء أكانت صغيرة أو متوسطة أو كبيرة، وتتأثر بعدد الأطفال وأعمارهم، وتزداد المسألة تعقيداً كلما كبر حجم الأسرة، إذ يصعب تحديد أين وكيف ومتى ومن سيؤثر في اتخاذ قرار اختيار السوق والشراء، بسبب اختلاف الأدوار وتشعبها، ومن المعروف أن الأسر الصغيرة تعتمد على الوالدين كقوة مباشرة في اتخاذ القرار الشرائي، ويضعف ذلك التأثير كلما كبر حجم الأسرة، ولقد امتازت الأسر السعودية عموماً بتوسط أحجامها إلى خمسة أفراد؛ وإذا ما قارناها بأحجام الأسر في الدول الصناعية والمتقدمة اقتصادياً-مع اختلاف البون بينهما- نجد شيئاً من الاختلاف، فعلى سبيل المثال نجد أن الولايات المتحدة الأمريكية قد بلغ متوسط حجم الأسر فيها ٢.٦٣ في عام ١٩٩٠م، وقد كان متوسط حجمها ٢.٧٦ فرداً في عام ١٩٨٠م، وكان و٣.١٤ فرد في عام ١٩٧٠م، ومن الملاحظ أن متوسط الإنجاب في المجتمع العربي قد بدأ في الانخفاض،

فبعد أن كانت الأجيال السابقة تصل في أحجامها إلى ٧-٨ أفراد، أصبحت اليوم تكتفي بـــ٢- ٣ أفراد، الأمر الذي يترتب عليه تأثيرات بالغة في تغير سلوك الشراء، وحرص الجيل الجديد مـــن ذوي المســـتويات التعليمية المرتفعة في البحث والحصول على أفضل السلع، الأمر الذي يظهر أثره في تطبيع السلوك التسويقي لدى المتسوق (سليمان،١٤٢١هـــ،ص٢٤١) لذلك حرصت الدراسة على تصنيف المتسوقين إلى فئـــات بحسب حجم الأسرة التي ينتمون إليها، وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٢١)

تصنيف المتسوقين وفق أحجام أسرهم

حجم الأسرة	الأسواق الشريطية		الأسواق المركزية	
	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
أقل من ٣	٥٨	١٦	٦٢	١٨
من ٣-٥	١٦١	٤٥	١٤٩	٤٣
٦ فأكثر	١٥٧	٤١.٨	١٣٦	٣٩
مجموع المتسوقين*	٣٥٦	١٠٠	٣٤٧	١٠٠

المصدر :الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـــ

من خلال تحليل الجدول(٥-١٩) نجد أن غالبية أحجام أسر المتسوقين في الأسواق الشـــريطية كانـــت متوسطة الحجم من٣-٥ أفراد، بنسبة قاربت نصف العينة المدروسة٤٥%، في حين قاربتها نسبة الأســـر الكبيرة(٦أفراد) بنسبة٤٤%، بينما بلغت نسبة الأسر الصغيرة إلى ١٥%، وهو نفس الاتجـــاه لمتســـوقي الأسواق المركزية، والتي سادت فيها الأسر المتوسطة أيضاً بنسبة٤٣%، الأمر الذي يثبت توجـــه المجتمـــع المكي مستقبلاً من الحجم الكبير للحجم الصغير، كما أثرت مرحلة شباب المجتمع السعودي في اتساع نطاق الأسر النووية بالمدينة، والتي تعيش فترة الزواج الحديث، وهي المرحلة المعروفة بارتفاع معدل الإنفاق مـــن الدخل على الملابس والرحلات والأنشطة الترفيهية الأخرى، وهي تسجل دائماً أعلى معدل شرائي، بسبب غياب الخبرة في التخطيط للإنفاق والاستهلاك في محيط الظروف الجديـــدة، إلى جانـــب التـــأثر الســـريع بالإعلانات التجارية وبدرجة سريعة وكبيرة، يلحق هذه المرحلة وصول المولود الجديد، مما يفرض العديد من المتطلبات المتعلقة بالتغذية والتنظيف والصيانة والعناية بالمنزل، مما يزيد الإنفاق على مدخلات الأسرة المالية، وبالتالي دفع المتسوقين منهم نحو الشراء الاندفاعي Impulse Buying البعيد عن الاتزان، مما يجعلها أكثر تكراراً للتسوق.

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

- **عدد مرات التسوق:**

تعتبر الأسر الصغيرة أكثر سرعة وجرأة في اتخاذ القرارات الشرائية، والاندفاع خلف كل مثير وحديث تطرحه الأسواق، باحثة عن خدمات أخرى إلى جانب متطلباتهم السلعية، في حين أن الأسر الكبيرة أكثر حذراً وتخطيطاً في قرارات شرائها للسلع الأساسية وبأقل الأسعار، وميلها غالباً للشراء بالجملة، نظراً لتعدد متطلباتهم تبعاً لتعدد أعمار الأفراد فيها وتضخم كمياتها، وهي جوانب تشبعها الأسواق الشريطية، لذلك يعد تزايد قوة التفاعل بين السوق والمتسوق عنصراً مهماً في إثراء عملية الاتصال بينهما، ويمكن استنتاج ذلك التصنيف من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٢٢)

تصنيف المتسوقين وفق عدد مرات التسوق

عدد مرات التسوق	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
يومياً	٤	١	-	-
مرة كل شهر	٧١	١٨.٥	٦٧	١٦.٥
مرتين كل شهر	٦٩	١٨.٥	١١	١٨.٨
مرة كل أسبوع	٦٠	١٥.٧	٥٩	١٧.١
حسب الظروف	١٧٩	٤٦.٧	١٧٠	٤٧.٦
مجموع المتسوقين*	٣٨٣	١٠٠	٣٠٧	١٠٠

المصدر : الباحثة اعتماداً على العمل الميداني١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول(٥-٢٢) نلاحظ تباين عادات الشراء المرتبطة بعدد حركات التسوق نحو السوق، والتي ارتبطت ببعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية والطبيعية، مثل ارتباطها بأيام صرف الرواتب الشهرية كإحدى الظروف المشجعة على التسوق، كما أن المناسبات الاجتماعية كاحتفالات الزواج مثلاً والتي تكثر خلال الإجازات الفصلية والسنوية لتشهد إقبالا كبيراً على شراء فساتين السهرات وأدوات التجميل والزينة والهدايا وألعاب الأطفال ومختلف سبل الترفيه، كما يشكل فصل الشتاء عاملاً طبيعياً في الإقبال على شراء الملابس الشتوية والمدفئات والأغطية، وبالمقابل يقبل المتسوقون على شراء الملابس الصيفية والمشروبات وصيانة أجهزة التكييف والتبريد في فصل الصيف، الأمر الذي أسهم بشكل كبير في توجيه حركات الجذب نحو الأسواق الشريطية والمركزية، وبالدرجة الأولى حسب الظروف، والتي بلغت نسبتها حوالي ٤٧.٦%، وهي تشير إلى فقد التنظيم في رحلات التسوق لدى المجتمع المكي، في حين بلغت مرات التسوق كل شهر نسبة عالية في الأسواق الشريطية والمركزية على حد سواء، حيث تراوحت ما بين٦٧-٧١%، ارتباطاً بغالبية محدودي الدخل للمتسوقين، وتزامنًا مع صرف الرواتب الشهرية، وهنا لابد أن نشير أن الأسواق المركزية قد تساوت في نصيبها من الزيارات الأسبوعية مع الأسواق الشريطية، الأمر الذي يمكن إرجاعه لقلة الأسواق المركزية المتكاملة في مرافقها الخدمية بمدينة مكة، والتي تسد حاجة المتسوق من خلال

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

رحلة تسوق واحدة، وبالتالي قوة جذبها، في حين تفردت الأسواق الشريطية بجذب المتسوقين يومياً، تبعاً لطبيعة سلعها سريعة التلف في الغالب والمتسمة بالحاجة المتجددة، غير أن هذه الرحلات لا تتساوى في الأوقات والأيام، فقد أثبتت دراسات عدة أن مقدار الوقت المتاح يحدد الاستراتيجية التي يتخذها المتسوق خلال اختياره للسوق، والبحث عن سلعة ما، والتي قد تحد بضغوطها من إتمام الإشباع الكامل لكل متطلبات الرحلة.

- **الأيام والأوقات المفضلة للتسوق:**

نظراً لأهمية الوقت المتاح في إثراء أو إضعاف الدافع للقيام برحلة التسوق، لابد من الإشارة إلى أنه كلما كانت فترة التسوق طويلة كلما كان التفاعل المكاني أقوى بين المسكن والأسواق، وهي علاقة طردية بينهما، و قد تناولت الدراسة هذا الجانب كعنصر مهم في تشكيل العادات الشرائية من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٢٣)

الأيام والأوقات المفضلة للتسوق

الأيام	الأسواق الشريطية			الأسواق المركزية		
	صباحاً	مساءً	في الوقتين معاً	صباحاً	مساءً	في الوقتين معاً
نهاية الأسبوع	١٩	١٩٣	٤	١٧	١٨٨	١
وسط الأسبوع	٣١	٧٥	١	٢٠	٧٥	٤
بداية الأسبوع	٧	١٢	-	٣	٨	-
يومياً	٣	١٨	١	-	٢٢	٢
حسب الظروف	-	٤	-	١	٦	١
المجموع	٦٠	٣٠٢	٦	٤١	٢٩٩	٨
مجموع المتسوقين*	٣٦٨			٣٤٨		

المصدر : الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول نجد أن الأسواق الشريطية والمركزية قد تساوتا في جاذبيتهما للمتسوقين في نهاية الأسبوع، وذلك لحرص المتسوقين على استغلال الإجازة الأسبوعية إلى حوالي ٥٩% من المتسوقين في نهاية الأسبوع لكلا النوعين من الأسواق، أيضاً تطابقتا الأسواق الشريطية والمركزية في جذبهم لأعداد كبيرة من المتسوقين في الفترة المسائية مابين٨٢-٨٦% من المتسوقين، وذلك لتحاشي تأثيرات المناخ شديد الحرارة والجفاف بالمدينة، والمقلص للحركة البشرية خارج المساكن في تلك الفترة؛ لذلك فهي تفضل الفترة المسائية الأدنى في درجات الحرارة، وهذه نقطة قوة تمتاز بها الأسواق المركزية، ودليل ذلك تساوي استقطابها للمتسوقين في الفترتين معا، كما أثبتت دراسات ديموغرافية وجود اختلافات في مستويات اليقظة في الصباح

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

عن المساء، حيث ينخفض مستوى اليقظة في الفترة الصباحية، بينما يكون مرتفعاً في الفترة المسائية(سليمان ،١٤٢١هـ،ص ٢٧٨)

ومن خلال انطباعات تلك الرحلات في كل مرة يحكم على مدى قبولها، فلو انتهت الزيارة بنتائج إيجابية تعززت لديه التجربة وأصبحت زيارة هذا السوق قراراً روتينياً إلى حد كبير، حتى يرتفع لديه معدل الولاء، أما إذا كانت نتائج الزيارة سلبية فسيعيد المتسوق عملية التقييم والاختيار مرة أخرى، آخذا بحسبانه الظروف المكانية والاجتماعية والنفسية، عند التقييم مثل: الموقع الجغرافي للسوق ونوع الخدمات المقدمة والتصميم الخارجي إذا كان من الأسواق المركزية، الأمر الذي ينبئ بوجود عوامل جذب للمتسوق نحو أسواق بعينها دون غيرها من نفس النوع، لذلك طرحت الدراسة هذا التساؤل على عينة الدراسة: لماذا فضلت هذا السوق بزيارتك دون غيره؟ فجاءت الاستجابات على النحو التالي:

جدول رقم (٥-٢٤)

تصنيف المتسوقين وفق أسباب اختيارهم للسوق

أسباب اختيارك لهذا السوق	الأسواق الشريطية		الأسواق المركزية	
	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
توفر السلع المطلوبة	١٣٣	٣٥	٩٦	٢٧
انخفاض الأسعار	٧٥	٢٠	٣٧	١٠
عرضه لأحدث السلع	-	-	٢٥	٧
قربه من السكن	١٠٠	٢٦	٦٣	١٨
توفر الهدايا والعروض	-	-	٣	١
توفر المرافق الخدمية (المسجد- دورات المياه)	-	-	١٠	٣
وقوعه على طريق المتسوق	٣٢	٨	٢٥	٧
أخرى	٥	١	١٨	٥
أكثر من سبب	٣٩	١٠	٨٠	٢٢
مجموع المتسوقين*	٣٨٤	١٠٠	٣٥٧	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول السابق نجد أن أقوى عوامل الجذب للمتسوقين نحو الأسواق الشريطية والمركزية هو توفر السلع المطلوبة، تلاها في درجة تفضيل القرب المكاني للسوق من موقع السكن، حيث يرتبط اختيار الفرد للسوق ارتباطاً عكسياً بالمسافة بين السوق ومكان السكن، وبعبارة أخرى يميل المتسوق إلى التسوق من الأسواق القريبة من سكنه، وينأى عن الذهاب للأسواق البعيدة، ما لم يتسم السوق البعيد بعوامل جذب تشجع المتسوق على الذهاب إليه، إذن فالقاعدة العامة التي تحكم الفرد هي المسافة الفاصلة مابين السوق والمسكن، ما لم تكن هناك عوامل هامة جاذبة للمتسوق نحو السوق البعيد، مثل توفر بضائع ذات جودة عالية أو سهولة الوصول أو توفر مواقف السيارات ،أما توفر العروض والهدايا والتخفيضات فلم

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

تجذب سوى ١%، كما جذبت الأسواق المركزية المتسوقين الباحثين عن السلع المطلوبة بالدرجة الأولى، ثم توفر أكثر من سبب لاختيارهم لهذا السوق، كما يفضل قربه من السكن بنسبة١٨% من متسوقي الأسواق المركزية، إلا أن متسوقي الشريطية أشد تمسكاً بهذا السبب حيث بلغت نسبتهم ٢٦% أي أكثر من ربع المتسوقين في الأسواق الشريطية، تلا ذلك بحث المتسوقين عن أقل الأسعار في الأسواق الشريطية والمركزية٢٠-١٠%.

وعموماً نجد أن الأسواق الشريطية كانت هي الأشد جذباً في ظل امتيازاها المكانية، كقرب السوق من السكن ووقوعه على طريق المتسوق، وبالتالي سرعة إشباعه لحاجته، بينما امتازت الأسواق المركزية بجذبها للمتسوقين من خلال الأساليب التسويقية مثل انخفاض الأسعار، وعرض أحدث السلع وتقديم الهدايا والعروض وتوفير المرافق الخدمية، غير أن السبب الأقوى لجذب المتسوقين في الشريطية والمركزية هو توفر السلع المطلوبة.

- **السلع المشتراه:**

ونظراً لأهمية السلع كعناصر محركة للمتسوقين، طرحت الدراسة التساؤل التالي على عينة الدراسة: ما هي السلع التي تشتريها من هذا السوق؟ فظهرت الاستجابات في الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٢٥)

تصنيف المتسوقين وفق السلع المشتراه من السوق

السلع المشترى	الأسواق الشريطية		الأسواق المركزية	
	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
المواد الغذائية	١٠٧	٢٧.٩	٦٣	١٧.٧
الأثاث المنزلي	١١	٢.٩	١٨	٥
الملابس وأدوات التجميل	١٢٩	٣٤	٦٦	١٩
قطع الغيار والورش	٤	١٠.٤	٥	١.٤
مستلزمات البناء والديكور	١	٠.٣	-	-
الهدايا	-	-	٢	٠.٦
سلع متنوعة	٨٥	٢٢.١	١٨٨	٥٢
بنوك وخدمات مكتبية	٣	٠.٨	-	-
أخرى	٨	٢	١٣	٣.٧
مجموع المتسوقين*	٣٨٤	١٠٠	٣٥٥	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً على العمل الميداني ١٤٢٨هـ.

من خلال تحليل الجدول(٥-٢٥) نجد أن أقوى السلع جاذبية للمتسوقين نحو الأسواق الشريطية هي الملابس وأدوات التجميل والزينة بالدرجة الأولى، بنسبة بلغت بحوالي ٣٤%، تبعتها المواد الغذائية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي ٢٨%، في حين ارتفعت قوة جاذبية الأسواق المركزية لبيع السلع المتنوعة التي

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوق في الشريطية و٣٧٩متسوق في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات

ترضي مختلف فئات المجتمع بنسبة٥٢% من المتسوقين فيها، بينما جاءت السلع الشخصية كالملابس وأدوات التجميل والزينة في المرتبة الثانية بها، وتؤكد اتجاهات موجات الانجذاب هذه على حقيقة توفير الأسواق الشريطية للسلع الأساسية والمعيشية اليومية، في حين اتجهت الأسواق المركزية لإشباع مختلف السلع الاستهلاكية والمعمرة، من الملابس والأدوات المنزلية والهدايا وسلع أخرى أقل أهمية، ومع ذلك فلا تخلو هذه الرحلات من مشكلات مكانية تتخللها.

- **المشكلات:**

ما يعنينا كجغرافيين هو تأثير المشكلات المكانية خاصة، والمتعلقة بتقليص نشاط السوق، وهو الجانب الذي تناوله الجدول التالي:

جدول رقم (٥-٢٦)

أهم المشكلات التي تواجه المتسوق داخل السوق

المشكلات داخل السوق	الأسواق الشريطية		الأسواق المركزية	
	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%
اختلاف الأسعار لنفس السلعة	١١٣	٣٠	١٣٣	٣٧
الازدحام دخل السوق	٦٤	١٧	٤٠	١١
عدم وجود دورات مياه	٣٢	٨.٤	٤٥	١٢.٥
عدم وجود مسجد	٢١	٥.٥	٤٥	١٢.٥
عدم وجود صالات ألعاب	-	-	٦٨	٢٠
أخرى	٧	١.٨	٧	٢
وجود أكثر من مشكلة	١٣٦	٣٥.٧	٧	٢
لا توجد مشكلة	٨	٢.١	١٠	٣
مجموع المتسوقين*	٣٨١	١٠٠	٣٥٥	١٠٠

المصدر: الباحثة اعتماداً العمل الميداني١٤٢٨هـ

من خلال تحليل الجدول(٥-٢٦) نجد أن أقوى المشكلات تعلقاً بذهن المتسوق الاختلاف في أسعار السلع من نفس الصنف٣٠-٤٠% من المتسوقين في الأسواق الشريطية والمركزية؛ لذلك يضطر المتسوق إلى التجوال بحثاً عن الأسعار المناسبة له، وهي ناتجة عن عدم وجود جهة تختص بحماية المستهلك، لتشديد الرقابة داخل الأسواق، ومنع تضاعف أسعار السلع والخدمات، وتوعية المتسوق بحقوقه وواجباته، الأمر الذي لابد أن توليه الجهات المعنية جل اهتمامها لحفظ حقوق المستهلك، أما ثاني المشكلات تأثيراً في رحلة التسوق هو تعدد المشكلات المتعلق منها بنقص الخدمات وشدة التزاحم داخل السوق، وخاصة في الأسواق الشريطية١٧%، والتي تعاني من ضيق الأرصفة المحاذية لها، والتي غالباً ما تضيق مساحتها لصالح الطريق الذي تمر به، إلى جانب ضيق الممرات التي تجري خلالها حركة المتسوقين، مع صغر مساحة محلاتها التجارية، ويمكن وصف التزاحم بأنه شعور المتسوق بعدم الراحة، نتيجة لارتفاع الكثافة الإنسانية بدرجة عالية في

* اختلف المجموع عن حجم العينة ٣٨٤متسوقاً في الشريطية و٣٧٩متسوقاً في المركزية نتيجة لوجود قيم مفقودة في بعض المتغيرات.

المكان الذي يتواجد فيه، وأن حركته أصبحت محدودة بسبب ضيق المكان والسيطرة على الموقف غير مقبول، مما يتسبب في ضجر المتسوقين نتيجة الضوضاء والانتظار لفترات طويلة عند المحاسبة، الأمر الذي يدفعهم إلى تأجيل بعض المشتريات غير المهمة أو تقليص التحركات البشرية نحو محلات تجارية أقل ازدحاماً، بغية تخفيض الاضطراب النفسي والمحافظة على درجة الرضا (سليمان، ١٤٢١هـ،ص٢٨٣)

نخلص من هذا كله إلى أن المتسوقين في أسواق مدينة مكة قد امتازوا بخصائص ديموغرافية وجغرافية واجتماعية ونفسية وشرائية خاصة، قننتها طبيعة المكان الجغرافي للمدينة وانعكاساتها المناخية، والتوجه النفسي لمختلف الفئات العمرية والشرائح السكانية، وقد أظهرت انعكاسات واضحة فيما بينها، الأمر الذي يدفعنا إلى دراسة تطبيقية لنماذج للأسواق، بغية إبراز النمط السائد بها، ومحاولة تلخيص أبرز سماتها.

٥-٦ نماذج تطبيقية لجغرافية الأسواق الشريطية والمركزية:

إن استخلاص النمط السائد والسمات العامة لجغرافية ظاهرة الأسواق في مدينة مكة المكرمة ليتطلب شيئاً من التلخيص، وذلك بعرض نماذج عن طريق اختيار وحدات نمطية بطريقة متزنة تمثل البيئة المحلية للأسواق، وهو جانب مهم في إبراز الصورة العامة لأسواق مكة المكرمة، والتي شكلت ملامحها جغرافية المدينة في شكلها الحالي، وقد اعتمدت الدراسة على نتائج الدليل الوظيفي سابق التطبيق، والذي وضع حدوداً فاصلة لتصنيف الأسواق وفقاً للتخصص السلعي بها، كما روعي في اختيار النماذج مواقع الأسواق لتكون بواقع سوق واحد فقط من كل منطقة بالمدينة (القلب والانتقالية والأطراف) متحاشية قدر الإمكان أسواق (العينة) التي تناولت خصائص المتسوقين تحرياً لاتزان الاختيار، كما أخذت باعتبارها اختلاف التخصصات السلعية، مستبعده الأسواق التي لم تتخصص في سلعة واحدة، وفق هذه الحدود؛ تم اختيار ثلاثة أسواق من الشريطية وهي:سوق شارع المسجد الحرام، وسوق شارع الأندلس، وسوق شارع إبراهيم الجفالي، ومن الأسواق المركزية ثلاثة أسواق وهي: سوق الضيافة وسوق رياض العزيزية وسوق التعاون.

أولاً: **نماذج للأسواق الشريطية:**

- **سوق شارع المسجد الحرام:**

إذا ما تتبعنا تاريخ نشأة هذا السوق نجد انه قد بدا في الظهور منذ عام ١٩٧٨م، حيث بدأت أولى معالم هذا الشارع في الارتسام على الخرائط الجغرافية للمدينة، وهو يعد بمثابة الضلع الشرقي لجسد المدينة، الذي امتدت حولها المباني السكنية عبر وادي العزيزية، وقد كان يعرف باسم حوض البقر لأنه كان مكاناً للمزارع وتربية الماشية، وهي الفترة التي لم تظهر بعد المناطق التنظيمية (المخططات) Zoned Areasباستثناء مخطط الرصيفة (الغامدي،١٤٢٢هـ،ص٢٤٨) ويعد شارع المسجد الحرام، من أشهر شوارع المدينة، التي ظهرت مبانيها في تلك الحقبة الزمنية، وهذا يشير إلى مدى طول عمره الزمني، وسرعة نموه المقرونة بمركزية موقعه.

١/الموقع:

يرتبط شارع المسجد الحرام بالمشاعر المقدسة في الناحية الجنوبية الشرقية من المدينة، ويتقاطع مع شارعي الملك عبد الله والملك خالد، في حين يرتبط من شماله بشارع الحجون، أحد أهم المنافذ على المنطقة القديمة، أما موقعه الفلكي فيمتد مابين خطي طول ˚39 ´49 ˝41 وخط طول˚39 ´53 ˝48 وبين دائرتي عرض˚21 ´23 ˝30 و˚21 ´26 ˝32. وهذا يشير إلى امتداد طولي أكثر من عرضي.

أما موقعها الجغرافي فهو يمتد في شرق وجنوب شرق المسجد الحرام قلب المدينة النابض، يبدأ امتداده من شعب عامر ويمر بالقرارة والجميزة والسليمانية والمعابدة، ثم الروضة والعزيزية، نتج عنه بعد ذلك فاصلاً ما بين المرسلات والجامعة، فهو نابع من قلبها القديم نحو المناطق الانتقالية ومتجه نحو الجنوب الشرقي وصولاً لحي المشاعر المقدسة، مما أكسبه مركزية موقعيه خاصة، إذ يعد من أقوى الحلقات الحيوية الرابطة بين المسجد الحرام والمشاعر المقدسة، ولك أن تصف أهميته بالعصب الرابط بين القلب وأطراف الجسد، الأمر الذي يعكس حساسيته في شل أو تنشيط التدفقات البشرية خلال العام وفي المواسم التعبدية، لتأدية وظيفة المدينة الدينية، والتي تعد الوظيفة الحضرية الأولى لها، حتى شكل هذا الطريق هدفاً حيوياً لضمان نجاح أي نشاط تجاري على ضفافه، وهذا الامتداد يشير إلى حيازته على مسافة جيدة سمحت له بربط الأحياء القديمة بالانتقالية نحو الأطراف، لذلك فهو يمثل سوقاً قديماً في القلب وفي الانتقال نحو الأطراف، ومن الجدير بالذكر تركز عدد كبير من الأسواق المركزية على جانبي هذا الشارع وهو ما سيتضح من خلال السطور اللاحقة.

٢/الطول:

نظراً لطبيعة الأحياء التي امتد فيها هذا الشارع و المتعمق في الوادي، فقد امتد لمسافة طويلة بلغت حوالي ١١٣٠٥م، وهي المسافة الفاصلة ما بين المسجد الحرام والمشاعر المقدسة، أي ما يعادل ١٦% من أطوال الطرق التجارية بالمدينة، وهنا يظهر تأثير تعانق الظروف الطبوغرافية والبشرية المحيطة به، حتى أصبح يتمتع بسهولة وصول عالية، تتمثل في تجمع عدة طرق في مجراه، الأمر الذي أثر بشكل كبير في إنعاشها بالمتسوقين الموسميين والدائمين، حتى استحوذت على نصيب وافر من حجم المتسوقين.

٣/حجم المتسوقين:

لقد أثر طول شارع المسجد الحرام وموقعه المركزي في استحواذه على المرتبة الثانية بين الطرق التجارية بالمدينة بعد شارع الحج، حيث بلغ عدد المتسوقين فيه حوالي ١٢٠٠٠متسوق يومياً، وقد تخصص هذا السوق في نطاق واسع من السلع.

٤/أنواع السلع:

لقد اختص شارع المسجد الحرام بالسلع المتنوعة، والتي تضم نطاقاً واسعاً من البضائع، والتي منها الصيدليات والخردوات والأدوات المكتبية والعطارة ومحلات الغاز ولوازم الخياطة وأجهزة الاتصال ومغاسل

الملابس و السجاد ومراكز التصوير والتحميض وألعاب الأطفال وصوالين الحلاقة الرجالية ومشاغل التجميل النسائية والهدايا، وقد توزعت في عدد كبير من المحلات، وذلك بنسـبة٥.٥% مـن محـلات الأسـواق الشريطية.

٥/عدد المحلات التجارية:

بلغ عدد المحلات التجارية بشارع المسجد الحرام حوالي ٨٢٢محلاً، وهو نصيب وافر تجاوز المتوسـط العام٢٢٩بالطرق التجارية، حيث بلغت نسبته١٦% يعني أنه حاز على ما يقارب ربع محلات المدينة على شوارعها التجارية.

٦/نظام التشغيل ووقت العمل:

تعمل هذه المحلات التابعة للمباني السكنية عن طريق تأجير مالكيها، شـريطة التـزام كـل مسـتأجر باشتراطات ومعايير أمانة العاصمة المقدسة، والتي منها أهم عناصر السلامة والنظافة والمحافظة على البيئة، مع مراعاة التنظيم المكاني والسلع المجاورة ووقت البيع.

وتعمل غالبية المحلات التجارية على فترتين: الأولى صباحية تبدأ من ١٠صباحاً وتنتهي ١ظهراً لغالبيـة المحلات التجارية، ما عدا محلات المواد الغذائية فهي تمارس نشاطها بحسب نوعية المواد الغذائية والوقت الذي يحتاجها فيها السكان، ويمتد بعد صلاة الفجر مباشرة وحتى ١١ليلاً، أما الفترة الثانية (المسائية) فتبدأ مـن ٥عصراً وحتى ١١ليلاً.

- **الأندلس:**

يعد شارع الأندلس فرعاً من مجموعة طرق تربط شارع الحجون بشارع المسجد الحرام، وهـي مـن الشوارع القديمة بالمدينة، ويحتل قلب المنطقة التجارية الشمالية من المدينة، إذ يشكل حلقة وصل بين شارع الحجون من الجنوب وشارع الجزائر من الشمال، ويعد من أصغر الأسواق الشريطية بالمدينة.

١/الموقع:

يقع شارع الأندلس في شمال المسجد الحرام، ويعد جزءاً من الحد الفاصل ما بين حي الأنـدلس شـرقاً والعتيبية غرباً، وهو موقع مركزي تلتقي فيه عدة طرق تجارية في شمال المنطقة المركزية، بين طريقين تجاريين، وهي الجزائر والحجون. وقد اتخذ موضعه في منطقة سهلية لا يتجاوز ارتفاعها ٣٧٣م.

أما موقعه الفلكي فيمتد ما بين خطي طول39° 49َ 14ً وبين دائرتي عـرض21° 26َ 19ً و21° 26َ 41ً، وهو يشير إلى تنحيه نحو الاستطالة أكثر من الاستعراض، مع قصر طول الملحوظ.

٢/الطول:

يعد طريق الأندلس من أقصر الطرق التجارية بالمدينة والذي لا يتجاوز ٦٩٤م، أي ما يعـادل ١% فقط من أطوال الطرق التجارية بالمدينة، ونتيجة لقصره وضيقه وارتباطه بتلك الطرق التجاريـة ظهـرت

مشكلة الازدحام المروري، بصفة مزمنة تعاني منها المنطقة، مما ترتب عليها صعوبات بالغة للوصول، الأمــر الذي سيؤثر بالتأكيد على نصيبه من المتسوقين.

٣/حجم المتسوقين:

لقد تقلص حجم المتسوقين ليبلغ حوالي ٢٨٠متسوقاً فقط يومياً، وهو ما يعادل ٠.٢% من حجــم المتسوقين في الشوارع التجارية، وهي نسبة بسيطة جداً لا تكاد تذكر.

٤/عدد المحلات:

بلغ عدد المحلات التجارية على طريق الأندلس ١٠٢محل، ونسبتها ٢% فقط من عدد المحلات علــى الطرق التجارية بالمدينة، وهي تعكس كثافة سوقية انحصرت في هذا الطريق القصير جداً، مما أسهم في تدني مستوى الخدمات والمرافق العامة، ويعد هذا الطريق نموذجاً جيداً يعكس نمط الأسواق القديمة، التي كانــت محيطة بالمسجد الحرام قبل حملات التطوير الحديثة، فهو يعاني من ضيق الطريق، وتعرجه حتى أنه لا يتسع إلا لسيارة واحدة وفي اتجاه واحد فقط، كما أنه يفتقر للكثير من الخدمات العامة، بالرغم من حيوية حركــة المتسوقين فيه لسكان الحي والسكان الساكنين في أحياء المنطقة المركزية كالغزة والشبيكة...

٥/أنواع السلع المباعة:

لقد تخصص طريق الأندلس ببيع الملابس الجاهزة وأدوات الزينة والتجميــل، والــذهب والمجــوهرات والإكسسوارات والعطور والساعات والأحذية والأقمشة ولوازم المناسبات والأفراح، حيث يعمــل فيهــا ٦١% من محلات هذا الطريق، و٢٣% منها يعمل في بيع السلع المتنوعة مثل أجهزة الاتصال والخردوات، في حين يعمل ٨% فقط في بيع السلع المنزلية مثل التحف و الأواني المنزلية، أما أقل السلع نصيباً من محلات هذا السوق فهي المواد الغذائية بنسبة ٦%، والمتمثلة في الكافيتريات والبقالات والحلويات والآيس كــريم، بينما بلغت نسبة المكاتب حوالي١% فقط منها.

٦/نظام التشغيل ووقت العمل:

تعمل محلات هذا السوق وفقاً للتأجير الفردي من قبل أصحاب المباني القائمة على جانبي الشارع، وعلــى فترتين صباحية ومسائية توافقاً مع شارع المسجد الحرام ، إلا أن أغلب حركة المتسوقين تتركز في الفتــرة المسائية، فالفترة الصباحية تبدأ من الساعة ١٠ وتمتد حتى ١ظهراً، ثم الفترة المسائية من ٥عصــراً وحــتى ١١ليلاً.

- **سوق طريق إبراهيم الجفالي:**

لقد تشكل مصب هذا الشارع خلال الفترة الزمنية ما بين ١٩٨٦-١٩٩٢م، وهي الفترة التي نما فيها النمو العمراني لحي العوالي، والذي شهد نمواً كبيراً تأثراً بديناميكية طريق الهدا الطائف، وأصبح هذا الطريق أكثر نضجاً ونشاطاً منذ عام ١٩٩٢-٢٠٠٠م، حيث أصبح حي العوالي كتلة عمرانية لنمو الجهة الجنوبية الشرقية من كتلة المدينة.

١/الموقع:

يقع شارع الجفالي في الجهة الجنوبية الشرقية من المسجد الحرام، ويبعد عنه بمسافة زمنية ١٥دقيقة تقريباَ، ويمكن تحديد موقعه بين الأحياء بأنه يقع في شمال حي العوالي أقرب منطقة من الكتلة العمرانية القديمة وحي المشاعر المقدسة، أما موقعه الفلكي فهو يمتد ما بين خطي طول 39°52´28˝ وخط طول 39°54´40˝ ، ودائرتي عرض 21°20´59˝ و21°21´33˝ ، وهو بذلك أكثر استطالة بين خطوط الطول من الامتداد بين دوائر العرض.في منطقة سهلية بعيدة كل البعد عن الارتفاعات الكتنورية والتضرس المتشعب، إذ يتـــراوح ارتفاعها ما بين ٩٤-٣٧٣م فقط، حيث أسهم هذا الانبساط السطحي، وموقعها المدخلي على الطريـــق الرابط مابين مكة والطائف؛ في ارتفاع أسعار الأراضي بهذه المنطقة، وبالتالي نمو حي أصبح من أكثر أحياء المدينة تنظيماً وتخطيطاً، وهي جواذب جغرافية سيظهر انعكاساها في تشكيل شارع الجفالي وزيادة صلابته في تغذية حي العوالي بالسلع المعروضة فيه، والتي امتدت على مسافة قصيرة نسبياً تبعاً لهامشية موقع هـــذا الشارع بين الشوارع التجارية الأخرى.

٢/الطول:

لقد امتد شارع الجفالي إلى مسافة بلغت حوالي ٤٨٦٤م، أي ما يعادل ٦% من أطوال الطرق التجارية بالمدينة، ويتغلغل في مساحة مكانية لحي العوالي بلغت٩٠٦٧م٢، وهي تمثل ٧% من مساحة المدينة، وهنا يظهر التناسب في طول امتداد هذا الشارع كعامود فقري يمد الحي بالحركة والنشاط التجاري مع المساحة المخدومة من الحي، الأمر الذي أسفر عنه نشاط المتسوقين فيها على مدار اليوم.

٣/حجم المتسوقين:

لقد بلغ حجم المتسوقين في شارع إبراهيم الجفالي حوالي ٤٥٠٠متسوق يومياً، وهذه إشارة إلى أهميـــة هذا الشارع في إشباع حاجات السكان في هذا الحي والمارين به.

٤/عدد المحلات التجارية:

أظهر العمل الميداني للباحثة استحواذ شارع إبراهيم الجفالي على ٢٤٦محلاً، بلغت نسبتها حـــوالي٥% من محلات الطرق التجارية بالمدينة، أي ما يعادل خمسها، مما ينبئ بنمو مضطرد مستقبلاً لهذا الشـــارع إذ ارتبط بقلبها المركزي مباشرة، ولا أدل على ذلك النمو السريع من تجاوز نصيب هذا الشارع المتوسط العام بأسواق الطرق التجارية.

٥/السلع المباعدة:

لقد أظهر الدليل الوظيفي للسلع المباعة في محلات طريق إبراهيم الجفالي تخصصه في بيع المواد الغذائية بالدرجة الأولى، إذ تحرص على إيفاء المتطلبات اليومية، والتي يفضل السكان البحث عنها في اقرب مكان وبأسرع وقت، لما يمتاز به هذا الشارع من التغلغل خلال الأحشاء السكنية لحي العوالي.

٦/نظام التشغيل ووقت العمل:

تعمل محلات هذا الشارع بنظام تشغيلي مطابق لباقي الشوارع التجارية بالمدينة، والذي يعتمد على تأجير المحلات الملحقة بالمباني السكنية،ويمتد وقت العمل لفترتين زمنيتين، الأولى صباحية والثانية مسائية على غرار باقي الأسواق الشريطية بالمدينة.

ومن خلال هذه القراءات يظهر لنا أن النمط السائد للأسواق الشريطية هو نمط الأسواق الشريطية القصيرة في أطواله والكثيفة في متسوقيها، تتمركز في المناطق الأكثر ازدحاماً بالحركة المرورية البشرية، وتعيش فترة النضج والتكامل الخدمي في تغطية كلا جانبي الطريق، ومن الملاحظ أن ٨٦% من الأسواق الشريطية قد امتدت في قلب المدينة والمنطقة الانتقالية المحيطة به، إذ إن نموها كان غير مخطط ومرتبط بالتكتلات السكانية والمساكن، فيما قلت نسبتها في الهامش الحديث لتبلغ ١٤% فقط من الأسواق الشريطية بالمدينة، رغم اتساع المساحة القادرة على احتواء أطولها لمسافات بعيدة وأعراض أوفى بسهولة الوصول فيها.

فظهرت عدة مخططات حديثة مثل مخطط السفياني في الشمال ومخططات الشرائع في الشرق ومخطط السبهاني في الجنوب ومخطط الحمراء في الغرب، وهي تشكل نويات عمرانية ستنبثق منها أهم الشوارع التجارية مستقبلاً، ومن تلك الشوارع التجارية المتوقع نضوجه:طريق أم المؤمنين زينب الهلالية وهو الطريق الفاصل مابين حي الملك فهد، والمتقاطع مع الطريق الفاصل مابين الشوقية وولي العهد، أيضاً يوجد شارع المدينة المنورة الفاصل ما بين العمرة والنوارية...مما يعول ذلك انبساط السطح في تلك المناطق، ويسهل ترابط الأحياء والطرق فيها ببعضها البعض، كما تشهد ثورة عارمة إثر الهجرة السكانية من المناطق المركزية المحيطة بالقلب، والتي تضم الأحياء المركزية والانتقالية بالمدينة، بسبب نزع الملكيات في المنطقة المركزية، وإزالة الأحياء المتخلفة وتطوير المنطقة بمشاريع منشطة لسهولة الوصول بين المسجد الحرام والأقاليم المحيطة بالمدينة، الأمر الذي سينعكس على توسيع دائرة امتداد الأسواق الشريطية إلى مناطق أبعد نحو أطراف المدينة، كما يخرج الأسواق الحالية من دائرة التركز نحو الانتشار والامتداد بين الأحياء، ولابد من التنويه هنا إلى أن التطوير السطحي الذي يتلقاه سطح المدينة الحضري للقضاء على التخلف في معظم أنحاء جسدها دون معالجة لمسببات العشوائية القائمة وإيجاد البدائل ليعد ضرباً من المستحيل، إذ إن جذور العشوائية في النمو مشكلة معقدة، تحتاج لمعالجة كافة مسبباتها.

وعلى العموم فإن الأحياء الحديثة لا يسد عوزها الأسواق الشريطية وحدها، بل لابد من إيفاء متطلباتها بالأسواق المركزية أيضاً، إذ هي أحوج من ذي قبل إليها للقيام بدورها الوظيفي والخدمي والترفيه، وبالمقابل إنهاء معاناتها مع التركز الشديد في مناطق الازدحام القديمة، ضيقة النفوذ وشديدة المنافسة وصغيرة المساحة وبالتالي ضيقة الخيارات؛ والتي اختارت منها الباحثة نماذج متنوعة التخصصات والمواقع من كتلة المدينة.

ثانياً: نماذج للأسواق المركزية:

- **سوق الضيافة:**

يعد سوق الضيافة أحد أسواق منطقة قلب المركز القديم ، والذي صمم على طراز معماري متناسب مع طبيعة المدينة الطبوغرافية، ويقع بحي الضيافة أحد الأحياء التي بدأت نويات نموها منذ ١٩٧٨م (الغامدي،١٤٢٢هـ،ص ٢٥٠)وقد نشأ هذا السوق في عام١٤٢٢هـ(العمل الميداني،١٤٢٨هـ).

١/الموقع:

يقع سوق الضيافة في شمال غرب المسجد الحرام، وهو يتركز عند خط طول 48َ 39ْو ودائرة عرض 26َ 21ْ في موقع متطرف بالحي، وذلك في موقع متطرف على الحد الجنوبي الفاصل مابين حي الضيافة شمالاً وحي الهنداوية، وذلك على شارع الضيافة أحد الشوارع التجارية بالمدينة، ويعد حي الضيافة من أصغر الأحياء بالمدينة، والذي لا تتجاوز مساحته ٨٦٠٠٠٠م٢، الأمر الذي ينم عن مساحة صغيرة للسوق. وذلك في منطقة منبسطة تجاورها بعض المناطق المرتفعة، التي لا تتجاوز ٣٧٣م، وهو موقع مركزي ومنفذ الحجون لطريق المدينة المنورة ناحية شمال المدينة.

٢/المساحة:

بلغت مساحة سوق الضيافة ٧٠٧٨م٢، أي ما يعادل ٢ % من مساحة الأسواق المركزية بالمدينة، وهي تمثل٠.٨% من مساحة حي الضيافة.

٣/حجم المتسوقين:

أسهم هذا الموقع الحيوي في تزويد السوق بالمتسوقين، الذين وجدوا تكاملاً خدمياً ومرفقياً يقل تواجده في المدينة، بنسبة لا تتجاوز ٧% فقط، وقد بلغ حجم المتسوقين ٢٠٠٠متسوق تقريباً يومياً، بمتوسط ٢٢٢متسوقاً في الساعة، الأمر الذي يشير بكلتا يديه إلى كثافة الحركة السوقية رغم ضيق مساحة السوق المكانية، وهذا العدد يرتفع في الإجازات السنوية ومواسم التخفيضات، وأبرز تفسيرات ذلك هو تعدد الخدمات والمرافق إلى جانب تكامل أنشطة المحلات ، والتي تعد مبتغى المتسوق الأول.

٤/عدد المحلات:

لقد بلغ عدد المحلات التجارية في سوق الضيافة حوالي ١٨٠محلاً ، أي ما يعادل ٤% من محلات الطرق التجارية بالمدينة، ١٧٧ منها في الطابق الأول إلى جانب المكاتب الإدارية،أما الدور الأرضي فقد اقتصر على

٣ محلات كبيرة المساحة، ويتكون مبنى سوق الضيافة من طابق أرضي وطابق أول وميزانين بالإضافة إلى قبو يحوي مواقف مظللة للسيارات تتسع لأكثر من ٦٠سيارة وله ثلاث بوابات، و امتازت بتوفر دورات المياه والمصليات التي تتسع لـــ٢٠٠متسوق وصالات الألعاب للأطفال بلغت مساحتها١٤٠٠م٢، و١٢مطعماً مساحتها ٢٥م٢ والمصاعد للمتسوقين وأخرى للبضائع، والســـلالم الكهربائيـــة والتكييـــف المركـــزي، والاستراحات وغرف قياس الملابس وعربات حمل الأطفال وعربات التسوق، والبيئة الجمالية للسوق، إضافة إلى وجود اللوحات الإرشادية والخرائط الموضحة لمورفولوجية السوق، كما تتوفر مخارج للطوارئ وشبكات إنذار للحريق وشبكة كاميرات أمنية.

٥/ السلع المباعة:

وقد تخصص سوق الضيافة ببيع الملابـــس الجـــاهزة خاصـــة المســـتوردة، والعطـــور وأدوات التجميـــل والإكسسوارات والأحذية و الساعات...والتي استحوذت على ما يقارب ٦٢% محلات الســـوق، كمـــا تعرض عدة سلع أخرى منها السلع المتنوعة بنسبة ٢٨% من المحلات، والسلع الغذائية بنسبة ٨%، والسلع المنزلية الموجودة في محل واحد للمفروشات ونسبتها٥.٠% فقط من محلات السوق ومثلها مكاتب البنوك.

٦/نظام التشغيل ووقت العمل:

ويعمل هذا السوق تحت إشراف شركة الضيافة العقارية المتكفلة بإدارة السوق وتشغيله وصيانته، إذ تعد أحد أهم شركات الاستثمار في مدينة جدة، ومراعاة لأوقات العملاء يفتح السوق يومياً على فترتين: الأولى تبدأ منذ الساعة ١٠صباحاً ولمدة ساعة واحدة فقط إذ يغلق قبل الظهر، وهي الفترة التي لا تفتح فيها جميع المحلات، أما الثانية فتبدأ من الرابعة والنصف عصراً وحتى الثاني عشر ليلاً، وهي فترة الذروة غالباً.

- **سوق رياض العزيزية:**

بدأ حي الجامعة في النمو ما بعد عام ٢٠٠٠م لاتصاله المباشر بحي العزيزية، حتى أن موقعه جاء لاحقاً للأسواق المركزية الواقعة على شارع المسجد الحرام، ولا أدل على تلك التبعية من تطرف موقعه،ونشأ سوق رياض العزيزية بعد ذلك في عام ١٤١٦هـــ، وهو من أحدث الأسواق المركزية بالحي.

١/الموقع:

يقع سوق رياض العزيزية في الجهة الجنوبية الشرقية من المسجد الحرام، أما موقعه الجغرافي فهو في شرق حي الجامعة على الحد الجنوبي الفاصل مابين حي الجامعة والمرسلات، وهو موقع هامشي بالنســـبة لحـــي الجامعة، ويعد امتداداً لوادي العزيزية، التي لا يتجاوز ارتفاعه٢٨١م عن مستوى سطح البحر، أما موقعـــه الفلكي فهو عند خط طول ً1وَ53 و39ْ ودائرة عرض ً53 وَ23و21ْ.

٢/المساحة:

تبلغ مساحة سوق رياض العزيزية حوالي٧٧٦٣م٢، وهي تقدر بـ٣% من مساحة الأسواق المركزية بالمدينة، لذلك فهو يمثل غالبية الأسواق المركزية بالمدينة المتميزة بصغر المساحة، والذي شغل ٠.١% فقط من مساحة حي الجامعة، مما أثر بشكل مباشر على درجة استقطابه للمتسوقين.

٣/حجم المتسوقين:

بلغ حجم المتسوقين في سوق رياض العزيزية حوالي٦٠٠متسوق، وهو حجم متوسط بالرغم من صغر مساحة السوق، أسهم في ذلك مجاورته للأسواق المركزية المتركزة بحي الجامعة والمرسلات، وهذا يشير إلى قوة تأثير الموقع في استقطاب الحركات البشرية، بالرغم من تدني عدد المحلات به.

٤/عدد المحلات:

بلغ عدد المحلات التجارية في سوق رياض العزيزية ٢٦ محلاً، أي ما يعادل ١% من عدد المحلات في الأسواق المركزية، وهي أيضاً أقل من المتوسط العام٥٣ للمحلات في الأسواق المركزية، وهذا يقودنا إلى البحث في طبيعة السلع المباعة في هذا السوق الصغير بكل المقاييس المساحية والبشرية والتكوينية.

٥/السلع المباعة:

لقد أظهر الدليل الوظيفي تخصص سوق رياض العزيزية ببيع المعدات الثقيلة والصناعية، والمتمثلة في قطع الغيار والأدوات الكهربائية ومتطلبات السيارات من الإطارات والمفروشات والزيوت والزجاج...، إذ يعد السوق المركزي الوحيد المتخصص بهذا النوع من السلع، وقد بلغ عدد محلاتها ٧٧%، وتقدم عدة محلات سلعاً أخرى مثل السلع الغذائية والمتنوعة بنسبة ٨% لكل منها، والملابس بنسبة ٤% ومواد البناء بنسبة ٣% فقط وهي نسب ضئيلة للغاية.

٦/نظام التشغيل ووقت العمل:

يشرف على عمل هذا السوق بالإشراف المباشر من المالك شخصياً دون الاستعانة بشركة أهلية أو عقارية.

ويعمل سوق رياض العزيزية على فترتين: الأولى صباحية تبدأ من٩ صباحاً وحتى ٢ما بعد الظهر، والفترة الثانية فتبدأ من ٥عصراً وحتى ١٠ليلاً، ومن الجدير بالذكر أن محلات السلع الثقيلة والصناعية لا تقدم سلعها خلال فترة المساء وتكتفي بالفترة الصباحية، التي يفضل العميل قضاء حاجته منها في تلك الفترة والتي يقل فيها اعتماده على سيارته الخاصة.

- **سوق التعاون:**

لقد بدأت الأحياء الشمالية من المدينة في النمو مع امتداد طريق الحج في الوادي الشمالي، وتتبع ذلك النمو إلى أن ظهر سوق التعاون في عام ١٤١٧هـ.

١/الموقع:

يقع سوق التعاون في الجهة الشمالية الشرقية للمسجد الحرام مركز المدينة، على الحد الفاصل ما بين حي وادي جليل شرقاً وريع ذاخر غرباً، ويجاورها سوقا الصفا والدرة، أما موقعه الفلكي فهو عند التقاء خط طول َ50 ْ39 بدائرة عرض َ27 ْ21، وهو موقع بعيد عن المنطقة المركزية بالمدينة ويلاصق المنطقة الانتقالية القديمة، لذلك فهو يعد ضمن الأحياء الهامشية بالمدينة، والمتميزة باتساع المساحة ،إلا أن موقع السوق فيه يعد هامشيا نظرا لتطرفه على الحدود الإدارية،وبالتالي فإن المدى الخدمي يمتد لمساحة محدودة.

٢/المساحة:

لقد بلغت مساحة سوق التعاون حوالي٢٣٩٥م٢ ،أي ما يعادل ٠.١% من مساحة الحي و٠.٢% من مساحة الأسواق المركزية بالمدينة، وهي بذلك مساحة صغيرة جداً، أثر على حجم المتسوقين فيها.

٣/حجم المتسوقين:

بلغ حجم المتسوقين في سوق التعاون ٢٠٠متسوق يومياً، تقدر نسبتهم بـــ ١% ، وهو يعكس طابعاً عاماً طُبعت به الأسواق المركزية بالمدينة، إذ إن نمط التوزيع العنقودي دوره في صغر المساحة وحجم متسوقيه، وبالتالي تقلص مجالها الخدمي لأقصى درجاته، والذي يؤكد محدودية عدد المحلات التجارية فيه.

٤/عدد المحلات:

لقد بلغ عدد المحلات في سوق التعاون ٤٢محلاً، أي ما يعادل ٢% من محلات الأسواق المركزية وجميعها صغيرة المساحة.

٥/السلع المباعة:

تخصص سوق التعاون ببيع السلع المنزلية، والمتمثلة في الأثاث المنزلي وتجهيزات المطابخ وغرف النوم والمفروشات، وتمثل نسبتها ٦٦% من محلات السوق، و٢٩% منها مكاتب، أما النسبة الباقية ٥% فهي متخصصة ببيع السلع الغذائية.

٦/نظام التشغيل ووقت العمل:

يعمل سوق التعاون بنظام شخصي يديره المالك مباشرة، دون توفر أبسط المرافق مثل المصليات أو دورات المياه...ويعمل على فترة مسائية فقط تبدأ من الخامسة عصراً وحتى الحادي عشرة لـيلاً (العمل الميداني،١٤٢٨هـ).

٥-٧ الخاتمة

لقد أضحت ظاهرة الأسواق عنصراً حضرياً مهماً في نظام المدينة الحديثة، تتبلور وتتشكل وفق ظروفها المكانية وخصائصها البشرية، لذلك فقد أسفرت هذه الدراسة، عن سمات خاصة تمتعت بها أسواق مكة المكرمة دون غيرها، ومن الجدير بالذكر أن هذه الدراسة طبقت على أحياء مكة المكرمة في عام ١٤٢٨هـ، وعلى قطاعات البلدية التي وضعتها بغية التوازن بين المساحات المدروسة، والتي انتقلت حالياً لطفرة التطوير العمراني لمناطق حساسة من جسد المدينة، مثل المنطقة المركزية حول المسجد الحرام والطرق الإقليمية الرابطة له بخارج المدينة، الأمر الذي ظهرت انعكاساته في ظهور أسواق حديثة وبأنماط مغايرة لما ألفته المدينة، واختفاء أخرى من النظام السوقي، مما ينبئ بملامح واتجاهات جديدة لتوزيعها وسماتها مستقبلاً.

وهذا يمنح الدراسة الحالية أهمية خاصة، في تناولها لتطور أنماط وتوزيع ظاهرة الأسواق عبر الحقب التاريخية وحتى الفترة الحالية، واعتمدت في ذلك على عدة مؤشرات مكانية وديموغرافية وعمرانية واقتصادية واجتماعية لقياس أنماط التوزيع الجغرافي لها، كما هدفت لإيجاد التباين في التوزيع على الأحياء وعلى القطاعات، وقد اشتملت الدراسة على ٦٢ جدولاً و٥٧شكلاً و١١صورة فوتوغرافية، في محاولة لتغطية موضوع الأسواق، كعنصر حيوي في نطاق المدينة الحضري، والذي يعد ظاهرة جغرافية مستمرة التطور ، يحرص الإنسان على ترقيتها لتكون أوفى بإشباع رغباته وتطلعاته المتجددة، والتي تتغير وفقاً لظروف الإنسان الحضاري، وهذا يعني بطبيعة الحال مدى أهمية موضوع الأسواق في النظام الجغرافي دائم التفاعل والديناميكية، والذي يمنح المكان طابع خاص ويتأثر به في سجال دائم ما دام نطاق المدينة قائم.

ولا ننسى تأثير الإنسان بعاداته وأنماطه الاستهلاكية ، والتي تتغير خلال العقود عن الأنماط الاستهلاكية السالفة، كما اختلفت تفضيلاتهم وهواياتهم عن تفضيلات وهوايات السابقين لهم، وذلك اتسعت وتضاعف عدد المنتجات والعلامات التجارية المعروضة بها عدة أضعاف واشتدت المنافسة بين المنتجين، وأصبحت المواقع التسوق أكبر حجماً وأشد اتساعً وأكثر استخداماً لوسائل العرض الحديث، وأقدر على جذب المستهلكين إليها عما قبل، وأصبح المتسوق يتوق للجديد والتجديد.

كما أن ارتفاع الوعي الاستهلاكي للأفراد ونمو دخولهم وزيادة خبراتهم أسهم بشكل فاعل في التأثير على السياسات والبرامج الحكومية والاستثمارية ، حتى ظهرت الأسواق مرآة عاكسة لهذا النظام الجغرافي المترابط التأثيرات، والذي يتغير بتغير أي عنصر من عناصره.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نستعرضها فيما يلي:

٥-٨ النتائج:

نظرا لطبيعة الدراسة المتتبعة لتطور ظاهرة الأسواق كجزء مهم فقد توصلت الدراسة لعدة نتائج ندرجها على النحو التالي:

لقد ولدت التجارة المكية على أيدي القرشيين في العصر قبل الإسلامي في عهد قصي بن كلاب ، والذين وظفوا الدين بمختلف شرائعه لإقامة مكان أكثر تحضرا وأجدى ربحا، منذ بدايات تشكلها كمركز لقبائل قريش وحلفائها، والذين حرصوا على إيجاد كيان آمن تحولت فيه مكة من منطقة قلاقل وحروب إلى منطقة أكثر أمنا واستقراراً ، ثم انتقلت المدينة إلى مرحلة الانتخاب بين المواقع الأكثر تناسباً مع سهولة الوصول إليها. حتى أصبحت مكة تحتل موقعاً متوسطاً على طريق التجارة القديم، الذي يربط ما بين الشام شمالاً واليمن جنوباً كأكبر المستعمرات السكانية في ذلك الحين، الأمر الذي أصل جسور الاتصال لنقل البشر والسلع بين تلك الحواضر حتى اشتهر القرن السادس عشر ببعد اقتصادي مميز يشكل وجه المدينة، وقد امتد نموها ناحية الشمال الشرقي وغرب مجرى وادي إبراهيم والأودية المنحدرة عبر الإقليم الجبلي، وهو تابع لحركات التصدعات والانكسارات، وهو موقع يشير إلى تحصن المدينة بجبالها وتلالها، كما ساعدتها الطرق الخارجية بارتباطها باليمن جنوباً وجدة غرباً والطائف شرقاً، وهي بمثابة شرايين تتشعب داخل القلب وتقذفها نحو الخارج، حيث الطائف الزراعي والمدينة المنورة ذات النشاط المتنوع.

وقد دفعت الظروف البيئية القاسية نشاط المدينة نحو التجارة، وذلك ضمن بوتقة تنظيمية عالية المستوى، فالقرشيين لم يخلطوا ما بين العبادة والمرابحة العشوائية، وإنما اعتمدوا التدبير والتخطيط المسبق لكل موسم ديني، تنصب خلاله صنوف السلع والأموال في خزائنهم، حتى كانت من أقوى العوامل في التأثير على نشاط الأسواق:وفي مقدمتها وقوع مكة على مفترق طرق القوافل العربية بين الخليج والعراق والحبشة واليمن وبلاد الشام، إذ كانت من أهم المراكز التجارية العظمى في ذلك الوقت، ومن ثم تطورها إلى محطة عبور ومرور للقبائل إذ تميزها بتوفر ماء زمزم وتعدد المجاري نحوها، كما أسهم تجانس التركيب السكاني وتضامن المصالح بين الأطراف القرشية، إذ كانت الوحيدة التي تتمتع بهذا الحد النسبي من الانسجام، حتى تحولت مكة إلى مركز خدمي بظهور الأسواق الداخلية فيها،والتي ارتبطت مواقعها بموازاة بوابات المسجد الحرام، ولا يخفى أثر نظام الإيلاف كقوة محركة استوعبت به مكة التحضر والبداوة ، حتى أصبحت حلقة مركزية واسعة تلتقي عندها مصالح الدول الكبرى، تمخض عن ذلك إقامة دور للتجارة المكية اختصت ببضائع متنوعة من خارج المدينة بين الشامية والمصرية واليمنية .كما تبلورت في هذه المرحلة شبكة الأسواق

الدورية، والتي تشكلت في دورة زمنية مستقلة تحافظ على نظام التبادل بين الأقـــاليم الإيكولوجيـــة ذات المحاصيل المختلفة، وكان من أشهرها سوق عكاظ متسوق العرب، والذي يبدأ من أول أيام ذي القعدة،وقد امتاز بتعدد الأنشطة التجارية والثقافي والاجتماعية، بين بيوع ومواثيق وأحلاف وأشعار واحتفالات، حتى أن الرسول صلى الله عليه وسلم كان يدعو الناس فيه لدين الله، أيضاً من أسواقهم: سوق مجنة والذي يبدأ من ٢٠ ذي القعدة وحتى أول ذي الحجة، يعرض فيه ما تبقى من السوق العكاظي، وثالثها سوق ذي المجاز الذي يبدأ ببداية ذي الحجة وحتى الثامن منه، حيث ينقطع الناس للعبادة البحتة، الأمر الذي يتم ضمن تنظيم إداري دقيق يحفظ للمدينة ديمومة نشاطها التجاري في ظل وظيفتها الدينية(الوظيفة الرئيسة).

وفي القرن الهجري الأول انتقلت أسواق مكة نحو التخصص السلعي، وأصبح لمكة موسمين تجـــاريين : أحدهما في شهر رجب و الآخر في شهر ذي الحجة، وأصبح عدد المحلات في هذه الفتـــرة ١٣٠٠محـــل، تحولت بعد ذلك عدة دور تجارية إلى مجمعات تجارية حرفية، رغم افتقادها لتنظيم المواقع والحـــرف غـــير المتناسبة مع بعضها بمجاورة سلع متنافرة كالغذائية(البقالة...) بالحرفية (الحـــدادة ...) كمـــا تضـــخمت الأسواق الواقعة مقابل بوابات المسجد الحرام واتسع مجالات تخصصها بين التنوع والتخصص، بلغـــت في مجملها ٢٧ سوقاً متخصصة بمثابة مراكز تجارية في تتلك الفترة.

ومن أشهر أسواق هذه الفترة : سوق الليل والسوق الصغير وسوق الغنم والماشية وسوق المعلاة وسوق القشاشية وسوق القرب والصوف ومنتجات البادية وسوق الزل والشمال والمشالح والمفروشـــات، وهـــي الفروع التي نمت وتجذرت من مجاورتها لمداخل المسجد الحرام والطرق المساورة له، كما ظهـــرت أســـواق متخصصة أخرى مثل السوق العراقي واليماني والهندي، كما ظهرت أسواق موسمية داخل منى وعرفـــات إبطالاً لعادات الجاهلية، حيث أصبحت تجمع مابين العبادة والتجارة، مما زاد من رواجها ونشاطها، وســـار على إثر هذا التنظيم الدولة الأيوبية في فترة لاحقة، عززه ظهور العملة الأيوبية، وتقوية علاقة مكة بالأقاليم المجاورة،كما راجت عدة أسواق داخلية في هذه الفترة من أشهرها سوق المسعى وسوق ســـويقة وســـوق الشامية، وامتازت هذه الفترة بتذبذب موجات النشاط والخبوت في المؤشر التجاري، نتيجة لعدة ظـــروف سياسية مرت بها المنطقة، مثل آثار غزو المغول على العراق والصراعات بين الأشراف وسيطرة المماليك على شؤون التجارة، مما زاد الكساد ورفع الأسعار، حتى جاء العصر العثماني بتبعات نشاطه وازدهاره، والـــذي انعكس إيجاباً على نشاط الأسواق في مكة، وهو جانب أينعت ثماره في المرحلة اللاحقة.

بدأت المرحلة الثالثة بحلول عام ١٣٤٤هـــ وهو العهد الذهبي في عمر الأسواق المكية حيث ســـاعدت تطورات التكنولوجيا في النقل والحفظ والاتصال والتعليم دورا بارزا في رفع معدلات الادخار والاستثمار، عزز ذلك التغيرات الاقتصادية والطفرة النفطية وتبعاتها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافيـــة، ممـــا أوجد محيطاً غني الموارد أنعشا الأسواق وجذرها ومنحها طابعاً خاصاً ومميزاً، لم يسبق لها بلوغه في العصور السابقة، وعلى إثر ذلك كله ظهر خليط من الأسواق التقليدية، التي تخصصت ببيـــع الخضـــار والفاكهـــة

والأغنام والأبقار والجمال والأعلاف والحطب والفحم، والتي تعد النواة الأولى للمراكز التجارية بالمدينة، بالرغم من طرازها التقليدي القديم، والمكون من محلات صغيرة تلاصقت على هيئة عنقودية، شكلت هذه الأسواق التقليدية، وبتتبع هذه المراحل نجد أن أقوى عوامل التأثير في إنعاش الأسواق بمدينة مكة المكرمة، هي السياسات الحكومية، التي تعاقبت على حكمها بالدرجة الأولى، ثم عمق علاقة الوظيفة التجارية بوظيفة المدينة الرئيسة(الدينية)، وبالتالي ارتباط مصيرهما معاً بعلاقة تبادلية، وذلك في موقع حلقي بين أقاليم غنية الموارد والمنتجات ، تمخض عنه تباين واضح في استخدامات الأراضي ، فمجاورة أبواب المسجد الحرام ومحاذاة الطرق التجارية ومقاربة المناطق الصناعية لهي المواقع المفضلة للأسواق، الأمر الذي يشير إلى تأثيرها في إيجاد نمط توزيعي مميز لأسواق المدينة جدير بالدراسة والتحليل.

وبنظرة عامة لنقاط ومحاور توزيع الأسواق، نجد أنها تتطابق نسبياً مع نظرية بيرجس الحلقي والذي صنف المدن إلى حلقات جعل المنطقة التجارية تحيط بالمركز القديم، إلا أنها لم تأتي على انتظام تلك الحلقات الذي جاء به النموذج، بسبب اختلاف طبيعة المدينة التضاريسية والحضارية عن منطقة تطبيق النظرية الأساس، مما يعني ميل التوزيع لفقد العدالة والتساوي بين مناطق المدينة، ساعد على ذلك شكل امتداد المدينة غير المنتظم، والذي يميل نحو الاستطالة فهو قريب من المعين غير المنتظم، وذلك بقدر بعدها عن الشكل الدائري (المثالي) وللكشف عن مدى التوازن طبقت الدراسة مقياس نقطة المركز المساحي، والذي حدد اتجاه التوزيع المتركز٩٥% من الأسواق المركزية، و٧٧% من الأسواق الشريطية في شمال المدينة، في حين توزعت النسب الباقية في جنوبها وشرقها، حيث اتجهت المركزية نحو الجنوب، والشريطية نحو الشرق، واتفقتا في الاتجاه ناحية الشمال والشمال الشرقي من المركز المساحي للمدينة، وهي الاتجاهات التي أثبتت نقطتي الوسيط والجذب المركزي توجه الأسواق نحوها، وهي الاتجاهات الأولى للنمو العمراني، وبذلك يمكن القول أن المناطق الأكثر تكاملاً ونضجاً هي الأشد جذباً للأسواق، لذا نستنتج من هذا أن ابتعاد نقطتي الوسيط والجذب المركزي عن نقطة المركز المساحي، تشير إلى ميل نمط توزيع الأسواق نحو الشكل المتجمع، في مناطق بينية بين القلب القديم والحلقة الحديثة، وهي مرحلة عدم الاستقرار.

وقد أثبتت الدراسة وجود تباين واضح في كتلة المدينة، تأثرت بمراحل النمو، فمنطقة القلب المركزي للمدينة، يتكون من تسعة عشر حياً، وهي الشبيكة وأجياد والقرارة والنقا وحارة الباب والشامية والهجلة وجرول والحجون وشعبي عامر وعلي والجميزة والمعابدة والتيسير والبيبان والمنصور والطندباوي والسليمانية والمسفلة والمعابدة والضيافة والزهراء، ونسبتها٣١%، تقدر مساحتها بحوالي ١٦كم٢، وتشكل ١.٢%فقط من مساحة المدينة، حازت على ٣٧٧٧٦٥نسمة من السكان، ونسبتهم ٢٧%، وقد بلغ نصيبها من الأسواق الشريطية ١٦٤٢محل، وبنسبة ٣٢%من محلات المدينة بالأسواق الشريطية، أما الأسواق المركزية فقد بلغت ١٠ أسواق، وهي تمثل ٢٤%من الأسواق المركزية بالمدينة، تليها المنطقة الانتقالية والمكونة من إحدى وعشرين حياً، وهي جبل النور والعدل وريع ذاخر والأندلس والعتيبية والزاهر والشهداء والنزهة

والهنداوية والرصيفة وجرهم والخالدية والشوقية والتقوى والكعكية وكدي والروابي والروضة والعزيزية والمرسلات والجامعة، وتشكل ٣٥%من إجمالي أحياء المدينة، تقدر مساحتها بحوالي ٧٧كم٢ وبنسبة٦% من كتلة المدينة، أما الحجم السكاني فقد بلغ ٦٤٩٥٦٦نسمة، ونسبتهم٤٧%، وهي إشارة لكثافة عددية واضحة في السكان، وقد نالت ٢٧٣٠محلاً وبنسبة ٥٤% من محلات الأسواق الشريطية، أما الأسواق المركزية فقد بلغت ٢٣سوقاً بنسبة ٥٦% من أسواق المدينة، وهي بذلك أعلى مناطق المدينة في نصيبها من الأسواق،حلقت بعدها المنطقة الهامشية التي تضم عشرين حياً، وهي العكيشية وبطحاء قريش والهجرة والتنعيم والعوالي والمشاعر والخضراء والراشدية وشرائع المجاهدين والشرائع والعسيلة وادي جليل والنسيم والعمرة الجديدة والنوارية والبحيرات والسلامة والحمراء وأم الجود والملك فهد وولي العهد، وتشكل ٣٣%من أحياء المدينة، امتدت مساحتها إلى ١٢٠٧كم٢ وبنسبة ٩٢%، أما سكانها فقد بلغوا ٣٤٢٧٩نسمة ونسبتهم٢٥%، وقد حازت على ٦٨٨محلاً بنسبة ١٣%، أما الأسواق المركزية فهي ٨أسواق ونسبتها لاتتجاوز٢٠%، ولدى تقسيم الدراسة للمدينة لحلقات تدرس التوزيع أظهرت الدراسة حيازة الحلقة الثانية على أعلى نصيب من محلات الأسواق الشريطية (٧٢%) والمركزية(٦٦%)، والتي تمتد على قطر٨كم من مركز المدينة، في حين كانت الحلقة الخامسة والتي تبعد ٢٠كم عن مركز المدينة، قد تقلص نصيبها٢٠%من الأسواق المركزية، وانعدمت فيها الشوارع التجارية، الأمر الذي يشير لوجود مسافات كبيرة بين نقاط الأسواق، حسبتها الدراسة بين نقاط الأسواق المركزية، والتي بلغت ٢٩٢كم، شكلت نمط توزيع خاص لأسواق المدينة، وهو ما تناولته الدراسة بالتحليل المكاني.

وقد أثبتت الدراسة أن عدم التجانس في مساحات الأحياء قد أثر على طبيعة التوزيع المكاني للأسواق، إذ أن قيمة التباين، المتجه نحو التشتت البسيط تشير إلى وجود فروقات بينية بين مساحات الأحياء القديمة والحديثة، وبالتالي فروقات في الكثافات السكانية والخدمات العامة، مما استدعى موجات التخطيط للمنطقة المركزية، الأمر الذي تمخض عنه زحف الأسواق إلى نطاقات أبعد عن المركز القديم، لذلك توزعت بها٤٤%من الأسواق المركزية و٥٧%من محلات الأسواق الشريطية في أحياء الرتبة الرابعة بحسب المساحة، والتي تضم العزيزية والكعكية وريع ذاخر والأندلس والزاهر والرصيفة والنزهة والمرسلات والعتيبية والروابي والخالدية والتقوى والهنداوية والروضة والشهداء والمعابدة والخنساء والزهراء وجرهم والمسفلة والحجون، في حين قل نصيب الرتبة الأولى والثانية، الأمر الذي يشير إلى قوة تأثير مساحة الحي على انتشار محلات الأسواق الشريطية، في حين أن الأسواق المركزية، كانت أقل مساحة في أحياء المدينة الأولى والثانية، مما يقضي بقوة تأثير مساحة الحي على انتشار محلات الأسواق الشريطية، وضعف ذلك التأثير على الأسواق المركزية، مما أفقد الأحياء العدالة المطلوبة في توزيع أسواقها، وهو جانب أثبته مقياس النصيب المتعادل للأسواق الشريطية والأسواق المركزية، والتي تنال جانباً وافراً من التخطيط.

وقد أثبتت الدراسة أن ١٣% من أحياء المدينة تدنى متوسط التباعد بينـــها إلى أقـــل مـــن ١٠٠، والـــتي استحوذت على ٢٩% من محلات الأسواق الشريطية، وجميعها من الأحياء الصغيرة، في حين خلت ٤٠% من الأحياء من محلات الأسواق الشريطية، أما الأسواق المركزية فقد كانت أشد تركزاً في محلات الأسواق الشريطية ٥٩%منها في ١٩% فقط من أحياء المدينة الانتقالية، وقد بلغ متوسط تباعد بينها أقل من ٢كم ، وذلك في جنوب شرق وجنوب غرب المسجد الحرام،حيث تشتد المنافسة، في حين كانت أشـــد تشـــتتاً في٦%فقط من الأحياء، والتي لم يتجاوز نصيبها ١٢%بينما خلت ٦٠% من الأحيـــاء مـــن الأســـواق المركزية، في حين أشارت نسبة التركز المعيارية في المساحة المعمورة وفي ٧٦% من الأحياء تدني تركزهـــا لتصل إلى أكثر من ٣٠ في المساحة المعيارية ١٠٠كم٢، في حين كانت الأسواق المركزية أشد تركـــزا في ٣٨% من الأحياء بنسبة٠.٢٤ في المساحة المعيارية.

ولدى دراسة التوزيع على مستوى القطاعات أثبتت الدراسة وجود ارتباط قوي وطردي بـــين الحجـــم السكاني في القطاع ونصيبه من الأسواق، وبالتالي وجود العديد من فجوات النقص في الأسواق، وقد تفرد قطاع العزيزية بحيازته على النصيب المتعادل من المساحة ومحلات الأسواق الشريطية والأسواق المركزية، وقد امتاز بخصائص ومزايا خاصة منحته طابع خاص بين باقي القطاعات منها الارتباط المباشر مع المسجد الحرام والمشاعر المقدسة بالمدينة، وارتفاع المستوى المعيشي للسكان، وقد حاز حي الجامعة وحده علـــى ٧٧%، والذي لا يشغل سوى ٢% من مساحة القطاع، وهنا لابد من الإشارة إلى عمق الاتصـــال مـــابين الأداء السوقي والوظيفة الدينية بالمدينة، وهو عنصر مهم منح قطاع العزيزية حظاً وافراً من أسواق المدينة، وهو ما جذب السياسات الحكومية والبنوك الاستثمارية والأبراج التجارية نحوها، الأمر الـــذي يـــوحي بوجـــود قطاعات أخرى تفتقر لهذه الجوانب، وبالتالي طول المسافة المقطوعة للوصول للأسواق في أحياء أخرى، وهو جانب تناولته الدراسة بمقياس التباعد، والذي أثبت تباعد محلات الأسواق الشريطية لأقل مـــن ٥كـــم في ٦٦%، أما الأسواق المركزية فقد بلغ متوسط التباعد بينها٦٣كم، وهو مسافة كبيرة تفصل بينها، وقـــد كان قطاعي العتيبية والمعابدة هما أشد قطاعات المدينة تركزاً بالأسواق المركزية ، حيث حازت ٥١% من أسواق المدينة بالرغم من تدني نسبتها ٢٢% من الأحياء، في حين كان أشد القطاعات انتشاراً في أسواقها هي الشوقية والعمرة والشرائع، والتي تمثل ٣٣%ولا يركز بها سوى ١٧%، وقد خلت أحيـــاء القلـــب المركزي أجياد وغزة منها تماماً، كما أثبت مقياس نسبة التركز أن أشد القطاعات تركزا في المساحة المعيارية من المعمور هي المعابدة والعزيزية والعتيبية، في حين كان أشدها تخلخلاً هي العمرة والشـــوقية والشـــرائع والمسفلة، كما أثبت تحليل كيرنل لدراسة تحليل محلات الأسواق الشريطية أن توزيعها قد اتخـــذ الشـــكل الدائري المائل نحو التركز الشديد في التوزيع، والتي أظهرت أن مركز النواة في منطقة بينية لحي الروضة من الشرق والسليمانية من الشمال والحجون من الغرب وشعبي عامر وعلي من الجنوب، وذلـــك في شـــرق المسجد الحرام، في حين أخذت كثافتها تتدنى كلما اتجهنا نحو الأحياء الهامشية الجنوبية، فتوزيعها يمتد نحـــو

الشمال والشمال الغربي والشمال الشرقي من مركز المدينة الهندسي، والاتجاه العام نحو الجنــوب الشــرقي بمسافات أطول من باقي الاتجاهات، في حين أظهر تحليل الجار الأقرب أن توزيع الأسواق المركزية يمتاز بأنه توزيع متجمع بنسبة ٩٩% ووجود عوامل وقوى جذب قوية لها في تلك البقعة التي تجمعت بها.

أما بالنسبة لأقوى العوامل الجغرافية تأثيرا في توزيع الأسواق الشريطية بنســبة ٩١% خاصــة الأقــرب للمسجد الحرام، في حين كانت الأسواق المركزية أقدر على تخطي هذه الهيمنة للتضاريس، وهذا يشير إلى وجود علاقة تبادلية التأثير بين البيئة الطبيعية وقرارات المستثمرين، في اختيار مواقع الأسواق، بين الحتميــة والاحتمالية، تأثراً بتطور تقنية الآلة القادرة على استصلاح المناطق الوعرة وجعلها أكثر سهولة ، ويمكــن القول بأن مواقع الأسواق الشريطية كانت أقل تنظيماً وتخطيطاً، مما جعلها تمتد على مناسيب متباينة نســبياً في حين انساقت مواقع الأسواق المركزية، نحو النقاط السهلية والمنبسطة بنطاق أوسع من الأسواق الشريطية، الأمر الذي يعلل بتبعية الشريطية للطريق وبصورة تلقائية، وهو جانب تختلف فيه الأسواق المركزية، والــتي كانت أكثر تنظيما في توزيعها، وهي الأقدر على اختيار المواقع الأكثر سهولة.

أما بالنسبة للطرق فقد أثبتت الدراسة أن الطرق الرئسية هي أشد الطرق جاذبية للأســواق الشــريطية (٥٨%)والمركزية (٦١%)، كما ثبت تأثير رتب الطرق ووجود الأسواق قبول الفرض الصفري بنســبة ٩٥%.

أما بالنسبة للسكان فيعد من أقوى العوامل المؤثرة في جذب الأسواق، إذ أثبتت الدراســة قــوة تــأثير التركزات السكانية على توزيع الأسواق الشريطية والمركزية، إذ توجد علاقة طردية ما بين الحجم السكاني والحجم السوقي في الأحياء والقطاعات، حيث أثبتت الدراسة من خلال مؤشر التركز السكاني أن توزيعهم متركز في أحياء محددة، وهي ذات البقع التي تكدست بها الأسواق الشريطية والمركزية، كما أثبتت أنه كلما زاد النصيب المتعادل من المساحة للسكان زاد نصيب الأحياء من الأسواق الشريطية والمركزية، كما توجد علاقة قوية التأثير ما بين الكثافة السكانية وعدد محلات الأسواق الشريطية، في حين قل تأثير كثافة السكان على الأسواق المركزية إذ تبحث على مساحات واسعة في الأحياء، ولذلك تقل كثافات السكان فيها، كما أثرى التنوع العرقي في التنوع السلعي بالأسواق المكية، حيث وجدت الدراسة أن جاليات كل حي طبعت سلعها بلع خاصة بها، ولا أدل على ذلك من بيع الأقمشة الهندية والباكستانية في المسفلة والخالدية ...وبيع الأزياء الأفريقية في أسواق المنصور والمنصورية....كما ساعد توفر الفئات العمرية المنتجة(١٥-٦١ ســنة) وخاصة الذكور منهم في إيجاد سوق عمل غنية بالموارد البشرية، وقد أثبتت الدراسة امتياز مكة بين بــاقي مناطق المملكة بتزايد العاملين في البيع عاما بعد عام.

أما النمو العمراني فقد كان من أهم العوامل الموجه لتوزيع الأسواق الشريطية والمركزية ، حيث تجــد أقدم الأسواق بالمدينة قد وقعت في أولى اتجاهات النمو، نحو الجهات الشمالية والشرقية والجنوبية الشــرقية بالمدينة، وهي الاتجاهات التي تظهر فيها المنافسة في أوجها.

كما أثبتت الدراسة اشتداد المنافسة بين الأسواق في تلك المنـــاطق بالتحديـــد، إذ تحكمهـــا رغبـــات المستثمرين، والهادفة لبلوغ أقصى قدر من الربح، هذا تنافس مكة أسواق خارجية تقع في مدينة جـــدة، إذ أثبت حساب درجة التفاعل، أن جدة هي أشد الحواضر المجاورة منافسة مع أسواق مكة مقارنة بأســـواق المدينة المنورة وأسواق الطائف، أيضاً لا يخفى أثر استخدامات الأراضي في جذب الأسواق ناحية المنـــاطق الصناعية والسكنية والدينية، وذلك بالقرب من الطرق الإقليمية وخلال المشاعر المقدسة وحول المســـجد الحرام، وهو جانب يعكس مدى تأثير السياسات الحكومية في منح تلك المناطق أهمية خاصة، حيث خرقت لها الأنفاق ومدت الجسور وشقت الطرق... بصورة أبرزت فيها مدى تأثير السياسات الحكومية في إنعاش أسواقها،وهو عامل قوي التأثير منذ قدم نشأتها.

كما صنفت الدراسة الأسواق بحسب حجمها المكاني، فالأسواق الشـــريطية يغلـــب عليهـــا الطـــول المتوسط(٥٠٠-١٥٠٠م)والتي بلغت نسبته٥٩%من أسواق المدينة، في حين كانت الأسواق الصغيرة(أقل من ٥٠٠٠م٢) هي النمط السائد في الأسواق المركزية، والمتركزة في شمال شرقي وجنوب شرقي وجنوب المسجد الحرام، ومبرر ذلك فتوة الأسواق المركزية ونضج الأسواق الشريطية بسبب أسبقيتها في الظهـــور. كما صُنفت الأسواق الشريطية وفق تخصصاتها ، حيث تخصصت الأسواق الشريطية بالســـلع المتنوعـــة في ٤١% من الأسواق ، و أما الأسواق المركزية فتخصصت ٣٩% منها بأدوات الزينة والتجميل.

وعلى أساس هذا تباين نصيب الأسواق من السلع، فقد كان أعلى نصيب في محلات الأسواق الشريطية ٣٠٠٠نسمة وذلك للسلع المعمرة والأثاث ومواد البناء والديكورات ومكاتب الخدمات والبنوك، في حين كان أدناها نصيب هي محلات السلع المتنوعة، والتي تضم مراكز التموين الغذائي وصوالين الحلاقـــة وبيـــع أجهزت الاتصال وألعاب الأطفال، وذلك نظراً لكثرة انتشارها.

أما في الأسواق المركزية فقد فاق نصيب(١٠٠٠نسمة) محلات المواد الغذائية ومواد البنـــاء والمكاتـــب والبنوك والمعدات الثقيلة، وهي السلع النادر تواجدها في هذه الأسواق، بينما تقلص نصيب (إلى أقل مـــن ١٠٠٠٠نسمة) محلات الملابس وأدوات التجميل والملابس والسلع المنزلية، وهي السلع التي اختصت بهـــا هذه الأسواق، وهذا يعني اختلاف كل نوع منها في خصائص متسوقيها.

كما صنفت الدراسة الأسواق وفق حجم متسوقيها؛ إذ ساد نمط الأسواق الصغيرة في حجم متسوقيها لأقل ٥٠٠٠متسوق، وتمثل ٥١% من أسواق المدينة، إذ أن توسط أطوالها وميلها نحو القصر قلص مـــن حجم متسوقيها، وهي عوامل متأثرة بطبيعة المدينة الطبوغرافية والموسومة بتشعب الطرق والدروب، كمـــا صُنفت الأسواق المركزية بالصغيرة (إلى أقل من ٥٠٠متسوق يومياً)والتي بلغت نسبتها ٤٣% من أسواق المدينة، وهذا يعني تباين في النطاقات الخدمية المحيطة بكل سوق في ضوء تباين أحجامها، وهو جانب اختبرته الدراسة من خلال حساب منطقة النفوذ، والذي أظهر أن ٦٣%من الأسواق الشريطية ذات نفوذ صـــغير المساحة لا يتجاوز نصف قطرها (أقل من ١كم)، في حين كان النمط السائد للأســـواق المركزيـــة هـــي

الأسواق الصغيرة، والتي لم يتجاوز نصف قطرها ۰.۰۱كم ونسبتها٦٨% من أسواق المدينة، إذ أن ٣٦% من أسواق المدينة، حظيت بطريقين يخدمها في حين نالت ٦٣% بطريق واحد فقط، مما قلص من تدفقات المتسوقين نحوها، فكلما كانت الطرق المؤدية للسوق متكاملة العناصر بتناسب أطواله وأعراضـــها وتـــوفر مرافقها الخدمية كلما تزايد نمو هذه الأسواق وازداد عدد القادمين إليها، وقد حصرت الدراسة التـــدفقات الفعلية لحركة المتسوقين بين الأحياء، فظهر أن أعلى نفوذ هو في محلات أسواق شارع عبـــد الله عريـــف بواقع٢٥حياً بنسبة ٤٢%من أحياء المدينة، بينما كان سوق ذي المجاز (الأسواق المركزية)هو الأشد جذباً لـــ٢٨حياً ونسبته ٤٦%من الأحياء. وقد أسهمت ملكية السيارة في وصول ٨٨% مـــن المتســـوقين في الأسواق المركزية و٧٦% من المتسوقين في الأسواق الشريطية، لذلك تقلصت المدة الزمنية للوصول مـــن ١٠-١٥دقيقة، لذا قل تأثير المسافة في اختيار مواقع تسوقهم، دلل على ذلك تفضيل ٤١% من المتسوقين للتسوق من أسواق أطراف المدينة وضواحيها، وهو ميل واضح للمتسوق نحو الإنسان الاجتماعي والبعيـــد عن العقلانية بل والميال نحو العاطفية في اختيار أسواقه، وهو جانب ترتبت عليه الكثير من المشـــكلات في طريقه للسوق، في مقدمتها عدم توفر مواقف للسيارات(٣٢%-٣٥%)والازدحام المروري في الشـــريطية ٣٠%وطول المسافة المستغرقة للوصول في المركزية بنسبة ٢٣%، وهي جوانب تفسر تقلص منطقة النفوذ المخدومة .

كما أظهرت الدراسة غلبة جنس الذكور على التسوق في الأسواق الشـــريطية والمركزيـــة (٢٧٧-٢٣٣متسوق)والذين تتراوح أعمارهم من ٢٥إلى أقل من ٣٥، وهي الفئة العاملة والمنتجـــة والمســـتهلكة بالدرجة الأولى، وقد أظهرت الدراسة أن ٦٢% من المتسوقين في الأسواق الشريطية قد اقتصر تعلـــيمهم على ما دون المؤهل الجامعي، وهم بذلك متباينوا الدخل الشهري، ٣٩%منهم دخولهم ما بـــين ٦٠٠٠-١٠٠٠٠فأكثر، وهو يشير إلى ميل مستويات التعليم والدخل نحو الدونية، في حـــين نجـــد أن متســـوقي الأسواق المركزية ٤٨%منهم من أصحاب المؤهلات الجامعية فما فوق، ترتب عليه ارتفـــاع في الـــدخل الشهري، لذا فهم من أكثر الطبقات تسوقاً تحقيقاً لقوة العلاقة ما بين الدخل والإنفاق، لـــذلك فـــالتعليم والدخل من أقوى العوامل الديموغرافية المؤثرة في تشكيل النمط السائد للمتسوقين، وهما يعكسان مستويات معيشية تؤثر وتتأثر بالحيز الاجتماعي، والذي انعكس على حجم الأسر، فالأسر المتســـوقة في الأســـواق الشريطية والمركزية اتجهت للأحجام الكبيرة(٣-٥أفراد)بنسبة ٤٥%، بيد أن ميل الشريطية كـــان أقـــوى للكبر (٦فأكثر) بنسبة ٤٢% وأما المركزية فنسبتها (٣٩%)، في حين أن الأسر في الأسواق المركزية ميالة للأسر الصغيرة (١٨%)وفي الشريطية لم تتجاوز١٦% ،وبناء على ذلك تختلف متطلبات كل أسرة وعدد مرات تسوقها، إلا أن الدراسة أثبتت أن غالبية المتسوقين يتسوقون وفقاً للظروف بنسبة٤٧% في الأسواق الشريطية و٤٨% في الأسواق المركزية، وهم يفضلون التسوق في نهاية الأسبوع وفي الفترة المسائية بالتحديد ١٩٣متسوق بالشريطية و١٨٨متسوق بالمركزية، كما أظهرت الدراسة أن أقوى عوامل الجذب للمتسوقين

هو توفر السلع المطلوبة، أما أهم السلع استقطاباً لمتسوقي الشريطية أدوات التجميل والزينة بنسبة ٣٤%، في حين أن السلع المتنوعة هي الأكثر جاذبية في الأسواق المركزية بنسبة ٥٢%، كما أثبتت الدراسة أن أهـــم المشكلات التي يواجهها المتسوق داخل السوق هو اختلاف الأسعار للسلعة نفسها٣٠-٣٧ في الأســـواق الشريطية والمركزية

.

٥-٩ التوصيات

بناءً على ما سبق من نتائج فقد خلصت الباحثة إلى عدد من التوصيات:

- تعد هذه الدراسة حلقة ربط لاستقراء نشأة وظهور وتطور ظاهرة الأسواق في مكة المكرمة.
- لابد لأصحاب الاستثمارات من دراسة الحالة السكانية والمكانية للمدينة وفق نظرة شاملة تشـــير لفجوات فقد الأسواق، ومن ثم تحديد مواقع استثمارا هم.
- تفعيل دور الغرفة التجارية الصناعية في مدينة مكة المكرمة وربطها بنظم أمانة العاصمة المقدسة لتأتي قرارات المستثمرين على جوانب النقص والحاجة فتشبعها.
- لابد من طرح بدائل سكنية في أطراف المدينة قبل تهجير السكان من المركز خلال طفـــرة النمـــو العمراني(الفترة الحالية)، الأمر الذي سيمنح المواقع التجارية نقاطاً ومواقع أكثر اتزاناً على ســـطح المدينة.
- التخطيط لظهور وتحديد الشوارع التجارية، وعدم تركها للتلقائية والعشوائية اللاحقة للنمو، دون توفير خصائصها المناسبة من الاتساع والطول والخدمات العامة والمرافق.
- توظيف دور الترفيه والترويح للأسواق المركزية في سد حاجة سكان المدينة للمناطق الترفيهية؛ والتي تعد فجوة واضحة في وظائف المدينة، الأمر الذي سيمنح مواقعها منطقية أكثر، دون الحاجة للقرب من السكان، والذين سيحرصون على إشباع حاجتهم من تلك الأسواق خاصة في ظل استعدادهم الحالي لقطع مسافات أطول في سبيل الحصول على حاجتهم بالمستوى المطلوب، وهو الربح الذي يسعى له المستثمرين.
- تقترح الدراسة تخطيط الشوارع التجارية قبل امتداد محلات الأسواق الشريطية، بحيث تكون أكثر تكاملاً في الخدمات والمرافق العامة.
- تقترح الدراسة نموذجاً للسوق المركزي على النحو التالي:

١/موقع السوق: يقع خارج الكتلة العمرانية وعند التقاء مجموعة من الطرق مـــع بعضـــها الـــبعض، وبالتحديد في الجهات الشمالية الشرقية والجنوبية والجهة الجنوبية الغربية، وهي الجهات التي تشهد تمدد عمراني مستقبلي، وبها نقص حاد في الأسواق المركزية.

٢/تحتاج الأسواق المركزية إلى تنظيم عصري يتضمن كافة التجهيزات الأساسية وبجودة عالية، إضافة إلى التجهيزات الثانوية والكمالية كألعاب الأطفال والمطاعم ومراكز التموين والترفية والترويح كحاجات أساسية باتت أساسية مع متطلبات العصر.

٣/الفارق المكاني بين الأسواق:

لكي تؤدي وظيفتها بطريقة جيدة يفضل أن يكون الفارق المكاني لكل سوق والذي يليه من ٥ إلى ١٠كم.

قائمة المراجع

أولاً :المراجع العربية:

- القرآن الكريم.
- آل زيد،الشريف مسعود(١٢٩٩هـ)تاريخ مكة المكرمة،الطبعة الأولى، دار القاهرة ، القاهرة.
- إبراهيم، حقي إسماعيل(١٤٢٣هـ)، **أسواق العرب التجارية في شبه الجزيرة العربية**، الطبعة الأولى، دار الفكر ، عمان.
- أبو صبحه،كايد عثمان(٢٠٠٣م)، **جغرافية المدن**،الطبعة الأولى،دار وائل، عمان.
- أبو ركبة وآخرون،حسن عبد الله،مدني عبد القادر، أحمد فاضل، إبراهيم فؤاد(١٤٠٦هـ)، **ظاهرة انتشار الأسواق المركزية بالمملكة العربية السعودية تأثيراها واتجاهاها**، مركز البحوث و التنمية، جامعة الملك عبد العزيز،جدة.
- أبو رمان، ممدوح عبد الله ،محمد جاسم العاني(١٤٢٥هـ)**نظريات وأساليب التخطيط الإقليمي**،الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان.
- إسماعيل،أحمد علي(١٤١٣هـ)**دراسات في جغرافية المدن** ، الطبعة الخامسة،دار الثقافة للنشر والتوزيع،القاهرة.
- إيلام،حسن(١٤١٤هـ)**الأسواق المركزية في مكة المكرمة توزيعها وانتشارها**، الندوة السابعة لأقسام الجغرافيا في المملكة العربية السعودية،المنعقدة في قسم الجغرافيا،كلية الآداب،جامعة الملك سعود،الرياض.
- بدر،أحمد(١٩٧٩م)أصول البحث العلمي ومناهجه، الطبعة الخامسة، وكالة المطبوعات، الكويت.
- بيضون،إبراهيم(بدون تاريخ)**الحجاز والدولة الإسلامية** دراسة في إشكالية العلاقة مع السلطة المركزية في القرن الأول الهجري، دار النهضة للطباعة والنشر ،بيروت.
- جابر،مدحت(٢٠٠٣م)**جغرافية العمران الريفي والحضري**، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

- الجابري، نزهة يقظان صالح(١٤٢٥هـ)، **تحليل النظام الحضري بمنطقة مكة المكرمة الإدارية، دراسة في جغرافية العمران**،رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية،جدة.
- الجار الله، أحمد الجار الله(١٤٢٠هـ)**جغرافية الحضر مدخل إلى المفاهيم وطرق التحليل**، الطبعة الأولى، بدون دار نشر.
- الجراش، محمد عبدالله (١٤٢٥هـ) **الأساليب الكمية في الجغرافيا**، الطبعة الأولى،الدار السعودية للنشر والتوزيع، جدة.
- حمدان،جمال(١٩٧٧م) **جغرافية المدن**، الطبعة الثانية،دار غريب ، القاهرة.
- الحارث، عواطف الشريف(١٤٢٧هـ) **البيئة الحيوية لمنطقة الحرم المكي دراسة في الجغرافيا الحيوية** ، سلسلة الرسائل العلمية (٧١) جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- الحبسي، فاطمة عويد(١٤٢٥هـ) **العوامل الجغرافية المؤثرة في توزيع شبكة الطرق البرية بمنطقة مكة المكرمة**، الندوة الثامنة لأقسام الجغرافيا بجامعات المملكة العربية السعودية،جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- الحبيشي، سناء صالح عبده(١٤١٣هـ)، **آثار الحج على الاستخدامات التجارية بمدينة مكة المكرمة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- حبيب،محمد عبد الكريم(١٤١٩هـ)**الأسواق الدورية في منطقة جازان، دراسة تحليلية عن التنظيم المكان و الدور الاقتصادي**، بحوث جغرافية(٣٥)الجمعية الجغرافية السعودية، جامعة الملك سعود، الرياض.
- الحسن، سعاد إبراهيم(١٤٠٥هـ)**النشاط التجاري في مكة المكرمة ي العصر المملوكي**،رسالة ماجستير غيرمنشورة،جامعة أم القرى.
- الحماد،عبدالرحمن عبد العزيز(١٤١٣هـ)،**سلوك المستهلك السعودي عند عدم الرضا بعد الشراء،دراسة تطبيقية على المستهلك السعودي بالمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية**،مجلة الملك سعود،المجلد الخامس،العدد الأول،ص٣-٣٢.
- الحماد،عبد الرحمن عبد العزيز(١٤١٦هـ)،**سلوك المستهلك السعودي عند الرضا بعد الشراء دراسة تطبيقية**،مجلة تجارة الرياض،السنة الخامسة و الثلاثون،العدد٣٩٩،ص٨٢-٨٦.
- خلاف،مايسة أسعد عبدالله(١٤٢٤هـ)**التجارة الالكترونية في ظل الاقتصاديات الرقمية دراسة تسويقية تحليلية من واقع منظمات الأعمال السعودية بالقطاع الخاص**، رسالة ماجستير غير منشورة،جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- الدليمي،خلف حسين(٢٠٠٢م)،**التخطيط الحضري أسس ومفاهيم**،الدار العلمية الدولية،الأردن.

- الدويكات، قاسم،آما الشيخ،آيات خضر(٢٠٠٨م)**التوزيع الجغرافي للحدائق العامة في أمانة عمان الكبرى،**مجلة أبحاث اليرموك،سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية(٢٤)العدد ٤،ص٩٩٧-١٠٢٩،الأردن.
- الراشد،عائشة يوسف(١٤١٣هـ)،**أثر التوزيع المكاني للمجمعات التجارية في مدينة الرياض في نمط حركة التسوق**، رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة لقسم الجغرافيا،كلية الآداب،جامعة الملك سعود،الرياض.
- الزهراني، ضيف الله يحي، عادل محمد غباش(١٤١٨هـ)**تاريخ مكة المكرمة**،الطبعة الأولى، الغرفة التجارية الصناعية بمكة المكرمة، مكة المكرمة.
- السرياني،محمد محمود(١٤٠٥هـ)، **مكة المكرمة، دراسة في تطور النمو الحضري**، الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت.
- سليمان،أحمد علي(١٤٢١هـ)،**سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودي**،مركز البحوث بمعهد الإدارة العامة للطباعة والنشر، الرياض.
- سليمان، سليمان السيد محمد(١٩٨٣م)**الأسواق الريفية في محافظة الشرقية دراسة جغرافية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة.
- سيد، محمد محسن(٢٠٠٨م) **بعض سمات حركة المرور وآثارها في تقاطع شارع الجامع بحي المشتل في بغداد**، المعهد العالي للتخطيط الحضري والإقليمي بجامعة بغداد.
- شاه باهاي،جيهان بنت عبد الرحمن(١٤٢٢هـ) **دور مكة المكرمة في الحياة الاقتصادية قبل الإسلام دراسة لما بين القرنين الرابع والسابع الميلاديين**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- شحادة، نعمان(١٩٩٧م)**الأساليب الكمية في الجغرافيا باستخدام الحاسوب**،دار الصفا للنشر والتوزيع،عمان.
- الشريعي،أحمد البدوي محمد(١٤١٥هـ)، **دراسات في جغرافية العمران:دراسة تطبيقية على منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية**، دار الفكر العربي، القاهرة.
- الشريعي،أحمد البدوي محمد(١٤٢٤هـ)**الدراسة الميدانية أسس وتطبيقات في الجغرافيا البشرية**، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة.
- الشريف،محمد بن مسلط (١٤٢٤هـ)**المناطق العشوائية في مكة المكرمة**، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، العلوم الأساسية والتطبيقية، المجلد الرابع، العدد الأول.

- الشميري، نجيب(٢٠٠٥م) **توزيع المحلات العمرانية والخدمات الأساسية في محافظة تعز باليمن دراسة كرتوجرافية**،رسالة دكتوراه غير منشورة، الجزء الثاني، قسم الجغرافيا، جامعة أسيوط.
- الشيحة، عدنان بن عبدالله(١٤٢٤هـ)،**تقييم ظاهرة انتشار المجمعات التجارية في حاضرة الدمام:دراسة ميدانية**، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل،المجلد الرابع، العدد٢.
- الشيخ،آمال(١٤٢٩هـ)**تحليل نمط توزيع الحدائق العامة النموذجية في مدينة جدة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية**، الملتقى الوطني الثالث لنظم المعلومات الجغرافية بالمملكة العربية السعودية،الخبر.
- الصالح، ناصر ومحمد السرياني(١٤٢٠هـ)**الجغرافيا الكمية والإحصائية أسس وتطبيقات بالأساليب الحاسوبية الحديثة**،الطبعة الثانية،مكتبة العبيكان، الرياض.
- الصميدعي،محمود جاسم وردينة عثمان يوسف(١٤٢١هـ)،**سلوك المستهلك مدخل كمي وتحليلي**، الطبعة الأولى، دار المناهج،عمان.
- الضحيان، سعود بن ضحيان وعزت عبد الحميد محمد حسن(١٤٢٣هـ)، **معالجة البيانات باستخدام برنامج ١٠ spss**، الجزء الثاني، سلسلة بحوث منهجية،بدون دار نشر، الرياض.
- العاني، محمد جاسم(١٤٢٥هـ)**أساليب التحليل الكمي في مجال التخطيط الحضري والإقليمي بين النظرية والتطبيق**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- عبد الجليل وأبو العز، محمد مدحت جابر،محمد صفي(٢٠٠٦م)، **معجم المصطلحات الجغرافية والبيئية**، مركز البحوث و الدراسات البيئية، جامعة المنيا.
- عدس،عبد الرحمن ،ذوقان عبيدات،كايد عبد الحق (١٤١٦هـ)**البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه** ،در أسامة للنشر والتوزيع،الرياض.
- علوي، حسين محمد المصري (١٤٠٤هـ)،**نمو تقنية متاجر الخدمة الذاتية في المملكة العربية السعودية**، مركز البحوث،كلية العلوم الإدارية ، جامعة الملك سعود، الرياض.
- العيسوي، فايز محمد(٢٠٠١م)**أسس جغرافية السكان**، دار المغرفة الجامعية، الإسكندرية.
- الغامدي،سعد أبو راس(١٤٢٢هـ)، **تحليل النمو العمراني واتجاهاته باستخدام بيانات الاستشعار عن بعد ، دراسة تطبيقية على مدينة مكة المكرمة**، للفترة ١٩٧٨-٢٠٠٠م،مجلة جامعة الملك عبد العزيز ، عدد خاص، جدة.
- الغامدي،سعد أبو راس(٢٠٠٣م)، **تصنيف استخدامات الأراضي في مدينة مكة المكرمة عن طريق معالجة بيانات أقمار صناعية مدمجة**، المجلة الجغرافية العربية، العدد(٤٢)، الجمعية الجغرافية المصرية، القاهرة.

- الفرا ، محمد علي(١٤٠٠هـ)، **علم الجغرافيا، دراسة تحليلية نقدية في المفاهيم والمدارس والاتجاهات الحديثة في البحث الجغرافي**(بحوث جغرافية)الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت.
- فيروزي،هاني ماجد(١٤١٩هـ)**ملامح من تاريخ مكة المكرمة**،بدون دار نشر.
- النحاس،أحمد مصطفى(١٤١٩هـ)**الاستخدامات التجارية بمدينة خميس مشيط بالمملكة العربية السعودية، دراسة جغرافية في استخدام الأرض**،رسائل جغرافية(٢٢١) الكويت.
- كتبي،زهير محمد جميل(١٤٢٤هـ)**أثر الوظيفة الدينية على استخدام الأرض في مكة المكرمة**، رسالة دكتورة منشورة، مقدمة لقسم الجغرافيا بمعهد الدراسات والبحوث العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة.
- كتبي، زهير محمد جميل(١٤٢١هـ)**شخصية مكة المكرمة الجنسية دراسة أنثر بيولوجية الأسماء**،الطبعة الأولى، بدون دار نشر.
- كوشك،السيد عبد القادر(١٤١٥هـ)**دراسات في قضايا المدن المعاصرة والتحضر**، الطبعة الأولى، دار المجتمع للنشر والتوزيع،جدة.
- محمد، نصر الدين بدوي (١٤١٢هـ)**جغرافية التسويق رؤية جغرافية جديدة**، قسم الجغرافيا، جامعة أم القرى،مكة المكرمة.
- مرزا،معراج(١٤٢٦هـ)**أطلس خرائط مكة المكرمة**، هيئة المساحة الجيلوجية السعودية، المملكة العربية السعودية ،جدة.
- مصيلحي، فتحي محمد(١٤٠٥هـ)**شخصية المدينة السعودية، بحوث جغرافية**،دار الإصلاح ، الدمام.
- مصيلحي، فتحي محمد(٢٠٠٠م)**جغرافية الخدمات الإطار النظري وتطبيقات عربية**، الطبعة الأولى، بدون دار نشر.
- مصيلحي،فتحي محمد(٢٠٠١م)**مناهج البحث الجغرافي**، الطبعة الثانية، بدون دار نشر.
- مكي، محمد شوقي(١٤٠٦هـ)، **الأسواق المركزية في مدينة الرياض دراسة جغرافية في التوزيع والسلوك**،بحوث جغرافية، قسم الجغرافيا،جامعة الكويت و الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت.
- المقريزي، تقي الدين العبدي (١٩٩٨م)**المواعظ والاعتبار بذكر الخطط والآثار**،دار الكتب العلمية،المجلد(٣)،القاهرة.
- نجيم، رقية حسين سعد(١٤٢٠هـ)، **البيئة الطبيعية لمكة المكرمة، دراسة في الجغرافية الطبيعية لمنطقة الحرم المكي الشريف**، مؤسسة الفرقان للتراث الإسلامي، فرع موسوعة مكة والمدينة، الرياض.

- الهلابي،عبد العزيز بن صالح(٢٠٠٠م)**الرحلات إلى شبة الجزيرة العربية**،بحوث ندوة الرحلات إلى شبة الجزيرة العربية ،الجزء الأول، دارة الملك عبد العزيز،الرياض.
- الهيتي، صبري فارس(١٤٢٣هـ)**جغرافية المدن**، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع،عمان.
- الوليعي،عبد الله بن ناصر(١٤٢٤هـ)، **المدخل إلى الجغرافيا الطبيعية والبشرية**، الطبعة الثانية، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض.

ثانياً: التقارير الحكومية:

- عطية،عبد القادر محمد(١٤٢٥هـ)دراسة الخصائص السكانية والاجتماعية والاقتصادية لسكان مكة المكرمة، تقرير الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة.
- فايز،زهير ومشاركوه(١٤٢٤هـ) تحديث المخطط الهيكلي لمدينة مكة المكرمة، الهيئة العليا لتطوير منطقة مكة المكرمة.
- تقرير إدارة وتنظيم التخطيط، المخطط الهيكلي لمكة المكرمة، وزارة الشؤون البلدية والقروية لتخطيط المدن(١٤٠٥هـ)، وكالة الوزارة لتخطيط المدن، الجزء٧.
- تقرير الحج، المخطط الهيكلي لمكة المكرمة، وزارة الشؤون البلدية والقروية لتخطيط المدن(١٤٠٥هـ)، وكالة الوزارة لتخطيط المدن، الجزء ٨.
- وزارة الشؤون البلدية والقروية لتخطيط المدن(١٤٠٥هـ)،المخطط الهيكلي لمكة المكرمة، تقرير المرور و النقل، وكالة الوزارة لتخطيط المدن، الجزء ٦.

ثالثاً: المراجع الغير العربية:

١٠.Hagget,petr,(١٩٦٩)Location Analysis in Human geography,

رابعاً: مواقع على شبكة الانترنت:

http://www.alarabiya.net/Articles/٢٠٠٥/٧/٢١/١٥٢١١.htm
http://www.alhijazplaza.com.sa/ar/about/detail.asp?iData=٢&icat=٧&ichannel=٢٤&nchannel=About
http://www.alriyadh.com/٢٠٠٥/١٢/١٧/article١١٦٠٤٩-s.html
http:www.al-sharqcom/DisplayArticle.aspx?xf=٢٠٠٦October,article -٢٠٠٦ ١٠٢٥-١٠&id=viceditorcolumm&sid=
http://www.alwatan.com.sa/daily/٢٠٠٤-٠٩-١٨/economy/economy٠٣.htm
http://www.alwatan.com.sa/daily/٢٠٠٦-٠٣-١٤/١٠cal/١٠cal٣٧-htm
http://www.holymakkah.gov.sa/ brnch٧.php
http://www.islammemo.cc/article.aspx?id=٤١٤٢
http://www.kfu.edu.sa/sjournal/ara/sja_abstract.asp?sijd=٢&issueid=١٣&contented=٦٩
http://www.maccti.jeeran.com/hawaree.htm
http://www.makkah-development.gov.sa/hcm/٣/٣-٦/٣-٦-١.htm

http://webhelp.esri.com/arcgisdesktop/٩.٢/index.cfm?TopicName=kernel_den
siy
http://www.momra.gov.sa/Generalserv/specs/stip٠٢٨.asp
http://www.spa.gov.sa/

الملاحق

ملحق رقم(١)

مفاهيم ومصطلحات متعلقة بالدراسة

الجغرافيا الاقتصادية Economic Geographyفرع

يعني بدراسة التفاعل بين الإنسان والجوانب الاقتصادية مثل الإنتاج والتوزيع المكاني والاستهلاك والتبادل للسلع والخدمات، وكيفية استغلال الثروة عموماً وتحليل للمورد من حيث الوفرة و الندرة، وتهتم الجغرافيا الاقتصادية بعوامل الإنتاج المختلفة، كما تدرس الجغرافيا الاقتصادية النشاط الإنساني في صورة أنشطة أولية كالزراعة و الصناعة الإستخراجيه و الأنشطة الثانوية التي تعني بالصناعة التحويلية، والأنشطة الثلاثية من تجارة ونقل وخدمات ، وحالياً تهتم بأنشطة رباعية خاصة بالمعلومات الحديثة وثورة الاتصالات و التنظيم، الذي إذا تقاربٍ عالمي.

جغرافية تجارة التجزئة Retailing , Geographyوهي

تختص بدراسة العلاقات البيئية بين الأنماط المكانية لمواقع التجزئة وتنظيمها من ناحية ؛ويبين سلوك المستهلك للسلع من ناحية أخرى، ويعول بصفة خاصة في هذا السياق على سلوك المتسوقين أو المستهلكين، وعلاقة ذلك بنظرية المكان المركزي، وأيضاً علاقة ذلك بمكونات جغرافية التسويق.

الجغرافيـــا التجاريـــة Commercial Geography

الاسم القديم للجغرافيا الاقتصادية ، وكانت تركز على أنواع المحاصيل و السلع المنتجة ،وأين وجدت.

جغرافية التســـويق Marketing geography

مجال دراسي يصل مابين الإنتاج والاستهلاك ويتضمن بعداً مكانياً spatial فالتسويق نظام معقد للغاية، وفي

ظله تنقل السلع من نقاط الإنتاج لتجمع وتحفظ، ويعاد تجمعها مرة أخرى أحياناً.

الجغرافيـــا الســـلوكية Behavioral Geography

مصطلح يستخدم للتفريق بين البيئة المدركة موضوعياً وهي البيئات كما تبدو في الواقع ويراها الجميع بنفس الصورة وبين البيئات التي يدركها كل شخص بمنظوره الخاص أي بناء على نظرة ذاتية ويتفاعل الأفراد عادة مع البيئة بحسب إدراكهم، وزاد في السنوات الأخيرة تأكيد الجغرافيين على ضرورة فهم الصورة الذاتية للأفراد عن بيئتهم لأن قراراتهم مبنية على هذه الصورة المدركة.

عقبة الســـوق Market threshold

الحد الأدنى من الطلب على سلعة أو خدمة واللازم لنشاط العمليات التجارية في السوق.

مدينة الســـوق Market town

تعبير يشير إلى أي مدينة لها سوق دائم أو مؤقت يخدم كمكان للتجارة للإقليم المحيط بها. وله معنى ثان يشير إلى نقطة أو مكان تتقاطع عندها طرق المواصلات، ويساعدها ذلك على أن تضطلع على وظيفة السوق والتبادل مستفيدة من كونها عقدة لتقاطع طرق المواصلات ومن كثرة تردد المتسوقين.

المثالب الاقتصـــادية Diseconomy

تعبير يشير إلى مساوئ التوسع الاقتصادي إنتاجاً واستهلاكاً، وعواقبه مثل التلوث بأنواعه، كذلك في العرض والطلب ،حين ترتفع الأسعار بسبب زيادة الطلب على سلعة معينة أو زيادة الإنتاج في سلعة على حساب أخرى.

التلاشي بالمسافة Distance Decay نظريـــة

مهمة في الجغرافيا البشرية مؤداها أن حدوث ظاهرة ما يتناقص بالبعد عن مركز معين، حتى يتلاشى تأثير المركز وينتهي التفاعل، ومن أمثلة ذلك قلة عدد المترددين على مركز تجاري، كلما بعد موقع إقامة المتسوقون يُطلق على هذا التعبير تأثير التلاشي بالمسافة

محك المسافة Friction of Distanceهي

العوائق و العقبات التي تواجه الحركة والانتقال .بمعنى آخر دور المسافة في إعاقة التفاعل البشري، ودون عوائق المسافة لا وجود لتكاليف النقل، وتكون كافةالمواقع على نفس الدرجة من الأهمية، وتقوم جميعاً بدورها بكفاءة تامة، وهو ما ليس له وجود في عالم الواقع ويعني ذلك أن الكلفة تزيد طردياً مع زيادة المسافة الخاصة بالحركة، وهو أساس نموذج الجاذبية.

نقطة القطع بين ســـوقين Market breakpoint

الخط أو الحد الفاصل بين منطقتين إحداهما تتبع أحد الأسواق، والأخرى تتبع سوقاً أخرى ولكل منها مركزه المتمثل في مدينة ذات حجم سكاني معين.

مجال الحركة Movement Space هو

الجزء المدرك من البيئة الذي تنشط فيه الحركة

دورة الســـوق Market cycle

أسواق دورية تمثل ظاهرة ريفية، تؤمن القوة الشرائية للسكان بوجود وظيفة اقتصادية دائمة، ومثل هذه الأسواق في مجموعة من المواقع تمثل دورة سوق من حيث الزمان وحلقة سوقية من حيث المكان أو الحيز.

منطقة السوق Market area

المنطقة التي يقصد سكانها مكاناً مركزياً لتسوقهم دون مكان مركزي آخر، أو الأماكن المركزية الأخرى وذلك حين يتسوقون للحصول على سلعة أو خدمة.

عوامـــل الجـــذب Pull Factors

عوامل إيجابية تبدو في جذب موقع معين للبشر نحوه و ومن ذلك إيجاد التسهيلات والخدمات العامة في المجمعات والمراكز التجارية، كمواقف مجانية وصالات ألعاب ودورات مياه ومساجد، مما يساعد على إتاحة مختلف جوانب الراحة و المتعة في التسوق، لذلك فعوامل الجذب إما أن تكون مادية أو غير مادية.

القـــــوة الشـــــرائية Purchasing Power

قدرة المستهلكين على شراء السلع و الخدمات نظير

الدخول التي يحصلون عليها.

عوامل الطرد Push Factorsأي

عامل يجعل الفرد يترك وطنه ويرحل إلى مكان آخر ، تتوفر فيه عوامل جذب ومن ذلك نقص الخدمات العامة وندرة الخدمات الترفيه في المراكز و المجمعات التجارية، الأمر الذي يدفع بالمتسوقين بعيداً عن هذه الأسواق.

قوى الطرد Centrifugal Forcesتعبير

يُستخدم عند الحديث عن طرد وانتقال استخدامات من وسط وداخل المدينة نحو الأطراف ،للاستفادة من أثمان الأراضي المرتفعة في وسط المدينة،و في الوقت نفسه انتقال الاستخدامات التي تتطلب مساحات كبيرة (كالمجمعات التجارية والمخازن)إلى مناطق أرحب و أرخص في ذات الوقت نحو الأطراف.

قــوى الجــذب Centripetal Forces

يستخدم للتعبير عن هجرة استخدامات الأرض ، التي يشتد عليها الطلب في وسط المدينة كالمحلات التجارية و السلع الغالية من أطراف المدينة إلى وسطها حيث أسعار الأرض الأعلى.

مركز الجاذبيـــة Centroid

تعبير يُستخدم في نظم المعلومات الجغرافية ، ومركز الجاذبية لشيء ما، عادة يُشير إلى الأشكال و المساحات المضلعة الجوانب.

سوق داخلية Domesticالســوق

الخاصة بمنطقة أو بلد معين ، وهي تختلف عن السوق الخارجي.

أسواق دورية Periodic Markets

بعضها يقوم في قرى وينتظم السوق كل عدة أيام ثالث أو رابع أو كل أسبوع أو غير ذلك من الفترات المعلومة للمتسوقين ويتم إحضار السلع للسوق سيراً على الأقدام أو بوسائل بسيطة كالدولاب.

الامتداد الشريطي الخطي Ribbon Development يعني

هذا التعبير التمدد الحضري على طول الطرق الرئيسية متجها

من المنطقة المبنية، ومثل هذا الامتداد قد يؤدي إلى ظهور مجمعة حضرية conurbation وقد يستخدم هذا التعبير في المنطقة المبنية ذاتها من المدينة ليصف المناطق الخطية من استخدامات الأرض على طول الطرق إلى المراكز الرئيسية والتي تحتوي على المواقع التي يسهل الوصول إليها(جابر، ٢٠٠٣م، ص٤٦٩)

بـــازار Bazaar

سوق المدينة التقليدي في كثير من أقاليم الشرق الأوسط وعادة ما يوجد في أماكن قديمة غير مخططة مثل الحارات والشوارع الضيقة وبعض المناطق المسدودة وتقع في الوسط بعض منشآت التجارة.

قنـــوات تســـويق الأغذيـــة Food Marketing Channels

تعبير يُشير إلى المؤسسات و الطرق المتضمنة في عمليات إنتاج وتوزيع واستهلاك الغذاء، و الطريقة التقليدية للتسويق كانت معتمدة على قنوات من المزارع إلى تجار الجملة ثم إلى تجارة التجزئة.

محـــلات التجزئـــة Opportunity Set

تعبير غير مباشر يشير إلى مواقع كل محلات التجزئة التي يتردد عليها المستهلك والمتسوق، وهو تعبير شائع في الدراسات الجغرافية.

تجـــــارة الســـــلع Merchandise trade

تعبير يشير إلى تجارة في سلع ملموسة يتم بيعها وشراؤها في مقابل التعامل في أشياء غير مرئية مثل قطاع الخدمات.

سلعة مركزية Central Good

تعبير يُطلق على سلعة أو خدمة أو وظيفة مهمة تقدم فقط في مكان مركزي.

نمـــوذج الســـلع الاســـتهلاكية Consumer Goods Model

نموذج يفترض أن النمو الاقتصادي يُحفر في البداية بإنتاج السلع الاستهلاكية للسوق المحلية، ويتبع ذلك التوسع في الانفتاح وتصديره خارج المنطقة المحلية.

ســـلعة ضـــرورية Convenience Goods

سلع يتم الحصول عليها من مناطق مركزية و وتتميز بأنها رخيصة السعر و موحدة النوعية ، ويحتاجها الفرد

يومياً،مثل البقالة والغاز ...وهي تختلف عن السلع المعمرة
و التي ليست في متناول اليد دائماً.

الحاجات الأساسية Basic Needsتعبير

صاغه الاقتصادي الانجليزي دولي سيزر الذي افترض أن الإمداد بهذه الحاجات الأساسية وعلى وجه الخصوص الغذاء والمأوى والعمل والرعاية الصحية ضرورية من أولويات التنمية، والتي أصبحت من أهم مداخل التنمية من القاع للقمة.

ســلع معمــرة Durable

سلع لا تبلى أو يستغنى عنها في وقت قصير، مثل الأثاث والسجاد، كما يطلق هذا التعبير على السلع التي تتحمل أعباء النقل لمسافات طويلة دون أن تتعرض للتلف، كما هو الحال في بعض السلع الاستهلاكية.

الســلع الشــائعة Free Goods

تعبير يشير إلى الطلب على سلع شائعة معتادة تستهلك بصفة دائمة وليست نادرة الوجود.

ســلع متدنيــة Geffen Goods

السلع المرغوبة من ذوي الدخل المحدود،للاعتماد عليها في الغذاء كالبطاطس والخبز وما إلى ذلك، وترتفع أسعارها مع زيادة الطلب وقلة العرض، مما يؤدي إلى انخفاض الدخل الحقيقي للمستهلك.

سلع متدنية الرتبــة Low-order Goods

السلع المتداولة بكثرة ويقبل كل الأفراد للحصول عليها يومياً، لذا فهي موجودة في كافة المحلات العمرانية الواقعة في قاع التراتب العمراني، وذلك بحسب نظرية المكان المركزي لكريستلر والتعبير النقيض له هي السلع عالية المستوى والتي لا توجد سوى في متاجر محدودة العدد وفي المحلات العمرانية الواقعة في قمة التراتب.

بيئة سلوكية Behavioral Environmentالبيئة

المدركة من قبل الفرد أو الجماعة و التي تحدد كيفية اتخاذ الأفراد لقراراتهم ووعيهم بها ، وقد لوحظ أن الأشخاص ينظمون الحقائق الخاصة بالبيئة في صورة أنماط ويعطون لكل نمط قيمة ومعنى طبقاً لخلفيتهم الحضارية.

اتخــاذ القــرار Shopping Behavior

اختيار استراتيجي لتحقيق هدف، ويطبق لدى الجغرافيين في اختيار الموقع و الاستجابة لمخاطر البيئة وسلوك المتسوق مستخدمين مفهومين من مفاهيم جغرافية المدن: الأول تقليل الحركة والثاني: الاستفادة من المكان، وقد ارتبط اتخاذ القرار في البداية بمفهوم الرجل الاقتصادي economic manأي صاحب القرار ، الذي يحقق فائدة اقتصادية، وتغير المعيار بعدها ليرتبط بما يُعرف بالإنسان الملبي satisfier الذي يبحث حلول مرضية دون أن يكون موهوبــاً أو مثاليــاً.(عبــد الجليــل وآخر،٢٠٠٦م)

ملحق رقم (٢)

اشتراطات أمانة العاصمة المقدسة لإقامة سوق مركزي١٤٢٥هـ

- يجب أن يكون الموقع مخصصا للاستخدام التجاري وعلى شارع تجاري رئيسي أو ضمن مراكز الحي الفرعية أو في المواقع الاستثمارية للبلديات .
- أن يكون الموقع بعيداً عن محطات الوقود وأماكن بيع الغاز أو أية منشآت قد تنتج عنها خطورة بحيث يفصل بين موقع المشروع وأي من هذه المنشآت شارع لا يقل عرضه عن ٢٥ مترا أو قطعة أرض لا يقل عرضها عن ٢٥ متر .
- أن تكون حركة الدخول والخروج من جهة الشارع التجاري فقط (مخارج الطوارئ يمكن فتحها على الشوارع الفرعية)، ولا يسمح بعمل مداخل أو مخارج عند تقاطعات الشوارع وألا تقل المسافة بين ركن الموقع عند التقاطع الرئيسي إلى محور المدخل أو المخرج عن (٣٥) متراً؛ لمنع التسبب في إعاقة المرور عند التقاطع .
- أخذ موافقة الجهة صاحبة الصلاحية علي المواقع الغير مخصصة للاستعمالات كمراكز تجارية في المخططات الهيكلية للمدن والقرى وذلك حسب التعليمات المنظمة لذلك .
- طول واجهة الأرض على الشوارع التجارية لا يقل عن (٥٠م)خمسين مترا، الحد الأدنى لمساحة الموقع لا يقل عن ٣٠٠٠ م٢(ثلاثة ألاف متر مربع)

ملحق رقم (٣)

بطاقة العمل الميداني

اسم السوق:

اسم الشارع الذي يطل علية السوق:

الموقع الفلكي:

الموقع الجغرافي:

ارتفاع المنطقة التي يقع بها السوق عن مستوى سطح البحر:

عدد المحلات التجارية:

نوعية السلع المباعة فيه:

تاريخ نشأة السوق:

طبيعة المنطقة الطبوغرافية التي يقع بها السوق:

سبب اختيار هذا الموقع للسوق:

الجهة المشغلة للسوق:

ملحق رقم (٤)

مواقع الأسواق المركزية بين خطوط الطول ودوائر العرض

خط الطول	اسم السوق	العدد	النسبة المئوية
٣٩°٤٦´	مجمع الحجاز-مركز الهجرة	٢	٥
٣٩°٤٧´	المرسى-الأنوار-الهدا-الرصيفة-مدينة الأضواء-البحيرات-التعاون المشترك	٧	١٧.٥
٣٩°٤٨´	الضيافة-عالم السيارات-المنصور-درة الشهداء-القوافل-بقبق	٦	١٥
٣٩°٤٩´	العتيبية-المسفلة	٢	٥
٣٩°٥٠´	فراج الحازمي-الدواس-الكرم-التعاون-الدرة-الصفا-فقيه	٧	١٧.٥
٣٩°٥١´	العرب- متاجر العرب-العدل-بلوتوث سنتر- السوق الصغير	٥	١٢
٣٩°٥٢´	السلام-العزيزية- ذي المجاز-العائلة-محمود سعيد- البسام	٦	١٥
٣٩°٥٣´	رياض العزيزية- العوالي	٢	٥
٣٩°٥٤´			
٣٩°٥٥´			
٣٩°٥٦´	القرشي-الحارثي- الشرائع مول	٣	٨
دائرة عرض	اسم السوق		
٢١°٢٠´			
٢١°٢١´	العوالي	١	٢.٤
٢١°٢٢´	القوافل	١	٢.٤
٢١°٢٣´	رياض العزيزية	١	٢.٤
٢١°٢٤´	البسام-السلام-العزيزية-ذي المجاز-العائلة-السوق الصغير-محمود سعيد-الرصيفة الدولي-مدينة الأضواء-بقبق-المسفلة	١١	٢٦
٢١°٢٥´	الحجاز-بلوتوث سنتر-المنصور	٣	٧.٢
٢١°٢٦´	الضيافة-متاجر العرب-العدل-العتيبية-عالم السيارات-العرب-المرسى-الأنوار-الهدا-الوطن مول	١٠	٢٤
٢١°٢٧´	القرشي-فراج الحازمي- الدواس- الكرم- التعاون- الدرة- الصفا-الشرائع مول-درة الشهداء-الفقيه	١٠	٢٤
٢١°٢٨´	الحارثي-البحيرات	٢	٤.٨
٢١°٢٩´			
٢١°٣٠´	التعاون المشترك	٢	٤.٨
٢١°٣١´			
٢١°٣٢´			

٢١°٣٣َ	الهجرة	١	٢
٢١°٣٤َ			

ملحق رقم (٥)

المصفوفة الكيلومتري بين الأسواق المركزية

اسم السوق	مركز فراج الحازمي	مركز الدواس	مركز الكرم	مركز التعاون	مركز الدرة	مركز الصفا	مجمع الشرائع مول	مجمع العتيبية المركزي	مركز عالم السيارات	مركز العرب	مركز المرسى للحواسب	مركز الأنوار	سوق الهدا التجاري	مركز الرصيفة	مركز مدينة الأضواء	مركز الوطن مول	مجمع الحجاز	مجمع الضيافة	مركز البسام	مركز السلام	مركز العزيزية	مجمع ذي المجاز	مركز العائلة	مركز رياض العزيزية	مركز السوق الصغير	مركز محمود سعيد	مركز بلوتوث سنتر	مركز العوالي	مركز القرشي	مركز الحارثي	مركز العدل التجاري	سوق متاجر العرب	مركز المنصور التجاري	مركز درة الشهداء	مركز البحيرات	مركز التعاون المشترك	مركز الهجرة	مركز القوافل	مركز الفقيه للمفروشات	مركز بقيق	مركز المسفلة التجاري
مجمع الحجاز	٧٫٦٠	٧٫٦٧	٧٫٧٧	٧٫٥٢	٧٫٤٣	٧٫٤٠	١٧٫٧٩	٤٫٣٥	٣٫٣١	٨٫٠٤	١٫٩٩	١٫٩٨	٢٫٠٣	١٫٣٢	١٫٨٢	٢٫٧٠	٠٫٠٠	٢٫٧٣	٩٫٦٨	٩٫٤١	٩٫٥٠	٩٫٦٠	١٠٫٣٩	١٠٫٨٧	٨٫٧٧	٩٫٤٦	٧٫٥٨	١٣٫٥٥	١٧٫٧٢	١٧٫٤٣	٨٫٧٤	٨٫٢٩	٢٫٥٨	٤٫٩٨	٦٫٣٧	٨٫٥٣	١٤٫٦٣	٦٫٠٥	٧٫٧٤	٢٫٩٩	٤٫٣٠
مجمع الضيافة	٤٫٩٥	٥٫٠٠	٥٫٠٩	٤٫٩٦	٤٫٩١	٤٫٩٥	١٥٫٥٩	٢٫٠٤	١٫٣٣	٥٫٧٩	٠٫٧٥	٠٫٧٨	٠٫٧٣	٣٫٠٠	٣٫٥٨	٠٫٢٢	٢٫٧٣	٠٫٠٠	٨٫٦٤	٨٫٣٢	٨٫٤٢	٨٫٥٤	٩٫٣٨	٩٫٨٧	٧٫٥٤	٨٫٣٣	٥٫٨٧	١٣٫٣٧	١٥٫٥٦	١٥٫١٠	٦٫٤٩	٦٫٠٣	١٫٥٨	٢٫٣١	٤٫٣٠	٦٫٥٦	١٢٫٨٩	٧٫٦٣	٥٫٠٦	٣٫٤٩	٤٫٠٧
مركز البسام	٧٫٣٥	٧٫٥٨	٧٫٧٢	٦٫٦٨	٦٫٤٣	٦٫١١	١٠٫١١	٦٫٨٩	٧٫٣١	٥٫٠٨	٨٫٩٥	٩٫٠٣	٨٫٦٧	٨٫٥٤	٨٫٤١	٨٫٤٥	٩٫٦٨	٨٫٦٤	٠٫٠٠	٠٫٣٥	٠٫٢٥	٠٫١٥	٠٫٧٣	١٫٢٢	١٫٢٢	٠٫٤١	٣٫٣٢	٥٫٦٠	٩٫٨٧	١٠٫٣٦	٥٫٠٠	٥٫٠٨	٧٫٤٤	٩٫١٣	١١٫٧٧	١٣٫٦٨	١٩٫٦٧	٧٫٩٩	٧٫٦٧	٦٫٨٤	٥٫٤٣
مركز السلام	٧٫٠١	٧٫٢٤	٧٫٣٧	٦٫٣٤	٦٫٠٨	٥٫٧٦	١٠٫١١	٦٫٥٥	٦٫٩٩	٤٫٧٤	٨٫٦٣	٨٫٧٢	٨٫٣٦	٨٫٢٩	٨٫١٧	٨٫١٢	٩٫٤١	٨٫٣٢	٠٫٣٥	٠٫٠٠	٠٫١١	٠٫٢٢	١٫٠٦	١٫٥٥	٠٫٨٧	٠٫١٣	٢٫٩٦	٥٫٩٤	٩٫٨٨	١٠٫٣٢	٤٫٦٨	٤٫٧٥	٧٫١٣	٨٫٧٧	١١٫٤١	١٣٫٣٢	١٩٫٣٢	٧٫٩١	٧٫٣٣	٦٫٥٩	٥٫١٧
مركز العزيزية	٧٫١٠	٧٫٣٣	٧٫٤٧	٦٫٤٣	٦٫١٨	٥٫٨٦	١٠٫٠٨	٦٫٦٦	٧٫٠٩	٤٫٨٣	٨٫٧٤	٨٫٨٢	٨٫٤٦	٨٫٣٨	٨٫٢٦	٨٫٢٣	٩٫٥٠	٨٫٤٢	٠٫٢٥	٠٫١١	٠٫٠٠	٠٫١٢	٠٫٩٦	١٫٤٤	٠٫٩٧	٠٫١٧	٣٫٠٦	٥٫٨٥	٩٫٨٥	١٠٫٣٠	٤٫٧٦	٤٫٨٣	٧٫٢٤	٨٫٨٨	١١٫٥٢	١٣٫٤٣	١٩٫٤٢	٧٫٩٦	٧٫٤٢	٦٫٦٨	٥٫٢٧
مجمع ذي المجاز	٧٫٢١	٧٫٤٤	٧٫٥٧	٦٫٥٤	٦٫٢٩	٥٫٩٦	١٠٫٠٦	٦٫٧٧	٧٫٢١	٤٫٩٣	٨٫٨٥	٨٫٩٣	٨٫٥٧	٨٫٤٨	٨٫٣٥	٨٫٣٤	٩٫٦٠	٨٫٥٤	٠٫١٥	٠٫٢٢	٠٫١٢	٠٫٠٠	٠٫٨٤	١٫٣٣	١٫٠٩	٠٫٢٧	٣٫١٨	٥٫٧٥	٩٫٨٢	١٠٫٢٩	٤٫٨٥	٤٫٩٣	٧٫٣٤	٩٫٠٠	١١٫٦٣	١٣٫٥٤	١٩٫٥٣	٨٫٠١	٧٫٥٣	٦٫٧٧	٥٫٣٦
مركز العائلة	٧٫٩٥	٨٫١٨	٨٫٣١	٧٫٢٨	٧٫٠٣	٦٫٧١	٩٫٨٣	٧٫٦١	٨٫٠٤	٥٫٦٤	٩٫٦٨	٩٫٧٦	٩٫٤٠	٩٫٢٤	٩٫٠٩	٩٫١٨	١٠٫٣٩	٩٫٣٨	٠٫٧٣	١٫٠٦	٠٫٩٦	٠٫٨٤	٠٫٠٠	٠٫٤٩	١٫٩١	١٫٠٧	٣٫٩٧	٥٫١٠	٩٫٥٦	١٠٫١٧	٥٫٤٩	٥٫٦٢	٨٫١٧	٩٫٨٣	١٢٫٤٦	١٤٫٣٥	٢٠٫٢٩	٨٫٤٥	٨٫٢٧	٧٫٥٣	٦٫١٢
مركز رياض العزيزية	٨٫٣٧	٨٫٥٩	٨٫٧٢	٧٫٧٠	٧٫٤٥	٧٫١٣	٩٫٦٨	٨٫١٠	٨٫٥٣	٦٫٠٤	١٠٫١٧	١٠٫٢٥	٩٫٨٩	٩٫٧١	٩٫٥٥	٩٫٦٧	١٠٫٨٧	٩٫٨٧	١٫٢٢	١٫٥٥	١٫٤٤	١٫٣٣	٠٫٤٩	٠٫٠٠	٢٫٣٨	١٫٥٥	٤٫٤٣	٤٫٧٩	٩٫٣٩	١٠٫٠٨	٥٫٨٦	٦٫٠١	٨٫٦٥	١٠٫٣٠	١٢٫٩٣	١٤٫٨٠	٢٠٫٧٢	٨٫٧٨	٨٫٦٨	٧٫٩٩	٦٫٥٩
مركز السوق الصغير	٦٫١٦	٦٫٣٩	٦٫٥٣	٥٫٤٩	٥٫٢٣	٤٫٩١	١٠٫١٥	٥٫٧٣	٦٫٢١	٣٫٩٢	٧٫٨٩	٧٫٩٧	٧٫٦٢	٧٫٧١	٧٫٦٥	٧٫٣٥	٨٫٧٧	٧٫٥٤	١٫٢٢	٠٫٨٧	٠٫٩٧	١٫٠٩	١٫٩١	٢٫٣٨	٠٫٠٠	٠٫٨٤	٢٫٠٩	٦٫٧٨	٩٫٩٥	١٠٫٢٤	٣٫٩١	٣٫٩٤	٦٫٤٢	٧٫٩٢	١٠٫٥٥	١٢٫٤٥	١٨٫٤٥	٧٫٨٣	٦٫٤٨	٦٫٠٥	٤٫٦٤
مركز محمود سعيد	٦٫٩٤	٧٫١٧	٧٫٣١	٦٫٢٧	٦٫٠٢	٥٫٧٠	٩٫٩٩	٦٫٥٥	٧٫٠٠	٤٫٦٧	٨٫٦٦	٨٫٧٤	٨٫٣٨	٨٫٣٥	٨٫٢٤	٨٫١٤	٩٫٤٦	٨٫٣٣	٠٫٤١	٠٫١٣	٠٫١٧	٠٫٢٧	١٫٠٧	١٫٥٥	٠٫٨٤	٠٫٠٠	٢٫٩٢	٦٫٠٢	٩٫٧٦	١٠٫١٩	٤٫٥٩	٤٫٦٧	٧٫١٧	٨٫٧٦	١١٫٣٩	١٣٫٢٩	١٩٫٢٦	٨٫٠٣	٧٫٢٦	٦٫٦٦	٥٫٢٤
مركز بلوتوث سنتر	٤٫١٠	٤٫٣٣	٤٫٤٧	٣٫٤٤	٣٫١٧	٢٫٨٥	١٠٫٣٩	٣٫٩١	٤٫٦٠	٢٫٠١	٦٫٣٤	٦٫٤٢	٦٫٠٩	٦٫٧٢	٦٫٨٢	٥٫٧١	٧٫٥٨	٥٫٨٧	٣٫٣٢	٢٫٩٦	٣٫٠٦	٣٫١٨	٣٫٩٧	٤٫٤٣	٢٫٠٩	٢٫٩٢	٠٫٠٠	٨٫٨٥	١٠٫٢٧	١٠٫٢١	٢٫٢٧	٢٫١٢	٥٫٠٤	٥٫٩٢	٨٫٥٢	١٠٫٣٧	١٦٫٣٦	٨٫١٦	٤٫٤٣	٥٫٢٩	٤٫٠٢
مركز العوالي	١٢٫٩٣	١٣٫١٦	١٣٫٣٠	١٢٫٢٧	١٢٫٠١	١١٫٦٩	١٣٫٠٨	١١٫٩٦	١٢٫٠٩	١٠٫٦٨	١٣٫٤٥	١٣٫٥٤	١٣٫١٨	١٢٫٢٤	١١٫٨٧	١٣٫١٥	١٣٫٥٥	١٣٫٣٧	٥٫٦٠	٥٫٩٤	٥٫٨٥	٥٫٧٥	٥٫١٠	٤٫٧٩	٦٫٧٨	٦٫٠٢	٨٫٨٥	٠٫٠٠	١٢٫٧١	١٣٫٨١	١٠٫٥٨	١٠٫٦٨	١١٫٩٠	١٤٫٣٥	١٧٫٠٢	١٩٫٠٦	٢٥٫١٨	٩٫٢٦	١٣٫٢٦	١٠٫٥٧	٩٫٤٣
مركز القرشي	١١٫١٧	١١٫٢٥	١١٫٢٦	١٠٫٨٥	١٠٫٨١	١٠٫٦٩	٠٫٤٣	١٣٫٥٥	١٤٫٥٠	٩٫٧٧	١٦٫١٩	١٦٫٢٦	١٥٫٩٩	١٦٫٩٨	١٧٫٠٩	١٥٫٤٥	١٧٫٧٢	١٥٫٥٦	٩٫٨٧	٩٫٨٨	٩٫٨٥	٩٫٨٢	٩٫٥٦	٩٫٣٩	٩٫٩٥	٩٫٧٦	١٠٫٢٧	١٢٫٧١	٠٫٠٠	١٫٧٢	٩٫٠٧	٩٫٥٣	١٥٫١٥	١٤٫٥٢	١٦٫٣٠	١٧٫١٣	٢١٫١٥	١٧٫٧٧	١١٫٢٥	١٥٫٥٦	١٤٫٢٤
مركز الحارثي	١٠٫٤٦	١٠٫٥١	١٠٫٥٠	١٠٫٢٤	١٠٫٢٣	١٠٫١٦	١٫٣٢	١٣٫١٤	١٤٫١٤	٩٫٣٩	١٥٫٧٨	١٥٫٨٤	١٥٫٥٩	١٦٫٧٩	١٦٫٩٧	١٥٫٠٢	١٧٫٤٣	١٥٫١٠	١٠٫٣٦	١٠٫٣٢	١٠٫٣٠	١٠٫٢٩	١٠٫١٧	١٠٫٠٨	١٠٫٢٤	١٠٫١٩	١٠٫٢١	١٣٫٨١	١٫٧٢	٠٫٠٠	٨٫٦٩	٩٫١٤	١٤٫٨٦	١٣٫٨٤	١٥٫٤١	١٦٫٠٥	١٩٫٧٥	١٨٫٠٥	١٠٫٥٠	١٥٫٤٨	١٤٫٢٣
مركز العدل التجاري	٢٫٧٥	٢٫٩٤	٣٫٠٤	٢٫١٦	١٫٩٩	١٫٧٦	٩٫١٠	٤٫٤٨	٥٫٤٦	٠٫٧٠	٧٫١٣	٧٫١٩	٦٫٩٣	٨٫١٥	٨٫٣٨	٦٫٣٨	٨٫٧٤	٦٫٤٩	٥٫٠٠	٤٫٦٨	٤٫٧٦	٤٫٨٥	٥٫٤٩	٥٫٨٦	٣٫٩١	٤٫٥٩	٢٫٢٧	١٠٫٥٨	٩٫٠٧	٨٫٦٩	٠٫٠٠	٠٫٤٦	٦٫١٨	٥٫٦٨	٧٫٩٤	٩٫٤٤	١٥٫٠١	١٠٫٣١	٣٫٠١	٧٫٠٠	٥٫٩٢
سوق متاجر العرب	٢٫٤٤	٢٫٦٥	٢٫٧٦	١٫٨١	١٫٦٢	١٫٣٦	٩٫٥٦	٤٫٠٢	٥٫٠٠	٠٫٢٥	٦٫٦٧	٦٫٧٣	٦٫٤٨	٧٫٧٢	٧٫٩٧	٥٫٩٣	٨٫٢٩	٦٫٠٣	٥٫٠٨	٤٫٧٥	٤٫٨٣	٤٫٩٣	٥٫٦٢	٦٫٠١	٣٫٩٤	٤٫٦٧	٢٫١٢	١٠٫٦٨	٩٫٥٣	٩٫١٤	٠٫٤٦	٠٫٠٠	٥٫٧٤	٥٫٢٥	٧٫٥٥	٩٫١١	١٤٫٧٨	١٠٫٠١	٢٫٧٢	٦٫٦١	٥٫٥٧
مركز فراج الحازمي	٠٫٠٠	٠٫٢٣	٠٫٣٨	٠٫٦٧	٠٫٩٣	١٫٢٥	١١٫١٢	٣٫٣٧	٤٫٤٠	٢٫٣٥	٥٫٦٩	٥٫٧٣	٥٫٥٨	٧٫٤١	٧٫٨٢	٤٫٩٣	٧٫٦٠	٤٫٩٥	٧٫٣٥	٧٫٠١	٧٫١٠	٧٫٢١	٧٫٩٥	٨٫٣٧	٦٫١٦	٦٫٩٤	٤٫١٠	١٢٫٩٣	١١٫١٧	١٠٫٤٦	٢٫٧٥	٢٫٤٤	٠٫٣٣	٣٫٣٨	٥٫٢٩	٦٫٦٩	١٢٫٣٦	١٠٫٧٩	٠٫٣٣	٦٫٨١	٦٫٢٢
مركز الدواس	٠٫٢٣	٠٫٠٠	٠٫١٦	٠٫٩٠	١٫١٦	١٫٤٨	١١٫١٩	٣٫٥٠	٤٫٥١	٢٫٥٦	٥٫٧٥	٥٫٧٨	٥٫٦٥	٧٫٥٢	٧٫٩٥	٤٫٩٩	٧٫٦٧	٥٫٠٠	٧٫٥٨	٧٫٢٤	٧٫٣٣	٧٫٤٤	٨٫١٨	٨٫٥٩	٦٫٣٩	٧٫١٧	٤٫٣٣	١٣٫١٦	١١٫٢٥	١٠٫٥١	٢٫٩٤	٢٫٦٥	٠٫٤٤	٣٫٣٤	٥٫١٥	٦٫٥١	١٢٫١٤	١٠٫٩٨	٠٫١٠	٦٫٩٧	٦٫٤٠
مركز الكرم	٠٫٣٨	٠٫١٦	٠٫٠٠	١٫٠٤	١٫٣٠	١٫٦٢	١١٫٢٠	٣٫٦٢	٤٫٦٣	٢٫٦٩	٥٫٨٤	٥٫٨٧	٥٫٧٥	٧٫٦٤	٨٫٠٧	٥٫٠٩	٧٫٧٧	٥٫٠٩	٧٫٧٢	٧٫٣٧	٧٫٤٧	٧٫٥٧	٨٫٣١	٨٫٧٢	٦٫٥٣	٧٫٣١	٤٫٤٧	١٣٫٣٠	١١٫٢٦	١٠٫٥٠	٣٫٠٤	٢٫٧٦	٠٫٥٦	٣٫٣٨	٥٫١١	٦٫٤٢	١٢٫٠٢	١١٫١٢	٠٫٠٥	٧٫١٠	٦٫٥٥
مركز التعاون	٠٫٦٧	٠٫٩٠	١٫٠٤	٠٫٠٠	٠٫٢٧	٠٫٥٨	١٠٫٨٣	٣٫١٩	٤٫٢٤	١٫٧٠	٥٫٦٨	٥٫٧٢	٥٫٥٤	٧٫٢٢	٧٫٥٩	٤٫٩١	٧٫٥٢	٤٫٩٦	٦٫٦٨	٦٫٣٤	٦٫٤٣	٦٫٥٤	٧٫٢٨	٧٫٧٠	٥٫٤٩	٦٫٢٧	٣٫٤٤	١٢٫٢٧	١٠٫٨٥	١٠٫٢٤	٢٫١٦	١٫٨١	٠٫١٣	٣٫٦٧	٥٫٧٩	٧٫٣٠	١٣٫٠٣	١٠٫٣٥	٠٫٩٩	٦٫٤٧	٥٫٧٧
مركز الدرة	٠٫٩٣	١٫١٦	١٫٣٠	٠٫٢٧	٠٫٠٠	٠٫٣٢	١٠٫٨٠	٣٫٠٨	٤٫١٣	١٫٤٨	٥٫٦٢	٥٫٦٧	٥٫٤٧	٧٫٠٨	٧٫٤٤	٤٫٨٥	٧٫٤٣	٤٫٩١	٦٫٤٣	٦٫٠٨	٦٫١٨	٦٫٢٩	٧٫٠٣	٧٫٤٥	٥٫٢٣	٦٫٠٢	٣٫١٧	١٢٫٠١	١٠٫٨١	١٠٫٢٣	١٫٩٩	١٫٦٢	٥٫٠٠	٣٫٧٥	٥٫٩٤	٧٫٥٠	١٣٫٢٧	١٠٫١٣	١٫٢٥	٦٫٢٩	٥٫٥٥
مركز الصفا	١٫٢٥	١٫٤٨	١٫٦٢	٠٫٥٨	٠٫٣٢	٠٫٠٠	١٠٫٦٩	٣٫٠٥	٤٫٠٩	١٫١٩	٥٫٦٤	٥٫٦٩	٥٫٤٧	٧٫٠١	٧٫٣٤	٤٫٨٧	٧٫٤٠	٤٫٩٠	٦٫١١	٥٫٧٦	٥٫٨٦	٥٫٩٦	٦٫٧١	٧٫١٣	٤٫٩١	٥٫٧٠	٢٫٨٥	١١٫٦٩	١٠٫٦٩	١٠٫١٦	١٫٧٦	١٫٣٦	٤٫٩٤	٣٫٩٣	٦٫١٩	٧٫٧٩	١٣٫٥٩	٩٫٩٢	١٫٥٨	٦٫١٤	٥٫٣٥
مجمع الشرائع مول	١١٫١٢	١١٫١٩	١١٫٢٠	١٠٫٨٣	١٠٫٨٠	١٠٫٦٩	٠٫٠٠	١٣٫٥٨	١٤٫٠٠	٩٫٨١	١٦٫٢٣	١٦٫٢٩	١٦٫٠٣	١٧٫٠٧	١٧٫٢٠	١٥٫٤٩	١٧٫٧٩	١٥٫٥٩	١٠٫١١	١٠٫١١	١٠٫٠٨	١٠٫٠٦	٩٫٨٣	٩٫٦٨	١٠٫١٥	٩٫٩٩	١٠٫٣٩	١٣٫٠٨	٠٫٤٣	١٫٣٢	٩٫١٠	٩٫٥٦	١٥٫٢٢	١٤٫٤٨	١٦٫٢١	١٦٫٩٩	٢٠٫٩١	١٧٫٩٧	١١٫٢٠	١٥٫٦٨	١٤٫٣٧
مجمع العتيبية المركزي	٣٫٣٧	٣٫٥٠	٣٫٦٢	٣٫١٩	٣٫٠٨	٣٫٠٥	١٣٫٥٨	٠٫٠٠	١٫٠٥	٣٫٧٧	٢٫٦٥	٢٫٧١	٢٫٤٥	٤٫٠٤	٤٫٤٥	١٫٩١	٤٫٣٥	٢٫٠٤	٦٫٨٩	٦٫٥٥	٦٫٦٦	٦٫٧٧	٧٫٦١	٨٫١٠	٥٫٧٣	٦٫٥٥	٣٫٩١	١١٫٩٦	١٣٫٥٥	١٣٫١٤	٤٫٤٨	٤٫٠٢	١٫٩٠	٢٫٤٣	٥٫٠٨	٧٫٢٢	١٣٫٥٣	٧٫٧٤	٣٫٥٨	٣٫٥٦	٣٫٣٦
مركز عالم السيارات	٤٫٤٠	٤٫٥١	٤٫٦٣	٤٫٢٤	٤٫١٣	٤٫٠٩	١٤٫٠٠	١٫٠٥	٠٫٠٠	٤٫٧٥	١٫٧٥	١٫٨٣	١٫٥١	٣٫٠١	٣٫٤٦	١٫١٤	٣٫٣١	١٫٣٣	٧٫٣١	٦٫٩٩	٧٫٠٩	٧٫٢١	٨٫٠٤	٨٫٥٣	٦٫٢١	٧٫٠٠	٤٫٦٠	١٢٫٠٩	١٤٫٥٠	١٤٫١٤	٥٫٤٦	٥٫٠٠	٠٫٩٤	٢٫٧٦	٥٫٢٢	٧٫٤٦	١٣٫٨١	٧٫٠٢	٤٫٥٩	٢٫٧٨	٢٫٩٦
مركز العرب	٢٫٣٥	٢٫٥٦	٢٫٦٩	١٫٧٠	١٫٤٨	١٫١٩	٩٫٨١	٣٫٧٧	٤٫٧٥	٠٫٠٠	٦٫٤٢	٦٫٤٩	٦٫٢٣	٧٫٤٧	٧٫٧٢	٥٫٦٨	٨٫٠٤	٥٫٧٩	٥٫٠٨	٤٫٧٤	٤٫٨٣	٤٫٩٣	٥٫٦٤	٦٫٠٤	٣٫٩٢	٤٫٦٧	٢٫٠١	١٠٫٦٨	٩٫٧٧	٩٫٣٩	٠٫٧٠	٠٫٢٥	٠٫٤٩	٥٫٠٥	٧٫٣٨	٨٫٩٨	١٤٫٧١	٩٫٨١	٢٫٦٥	٦٫٣٧	٥٫٣٥
مركز المرسى للحواسب	٥٫٦٩	٥٫٧٥	٥٫٨٤	٥٫٦٨	٥٫٦٢	٥٫٦٤	١٦٫٢٣	٢٫٦٥	١٫٧٥	٦٫٤٢	٠٫٠٠	٠٫٠٩	٠٫٢٨	٢٫٤١	٣٫٠١	٠٫٧٧	١٫٩٩	٠٫٧٥	٨٫٩٥	٨٫٦٣	٨٫٧٤	٨٫٨٥	٩٫٦٨	١٠٫١٧	٧٫٨٩	٨٫٦٦	٦٫٣٤	١٣٫٤٥	١٦٫١٩	١٥٫٧٨	٧٫١٣	٦٫٦٧	١٫٥٦	٣٫٠٠	٤٫٧٣	٦٫٩٨	١٣٫٢٦	٧٫٢١	٥٫٨١	٣٫٢٢	٤٫٠٤
مركز الأنوار	٥٫٧٣	٥٫٧٨	٥٫٨٧	٥٫٧٢	٥٫٦٧	٥٫٦٩	١٦٫٢٩	٢٫٧١	١٫٨٣	٦٫٤٩	٠٫٠٩	٠٫٠٠	٠٫٣٧	٢٫٤٥	٣٫٠٥	٠٫٨٢	١٫٩٨	٠٫٧٨	٩٫٠٣	٨٫٧٢	٨٫٨٢	٨٫٩٣	٩٫٧٦	١٠٫٢٥	٧٫٩٧	٨٫٧٤	٦٫٤٢	١٣٫٥٤	١٦٫٢٦	١٥٫٨٤	٧٫١٩	٦٫٧٣	١٫٦٥	٣٫٠٠	٤٫٦٩	٦٫٩٣	١٣٫٢٠	٧٫٢٦	٥٫٨٤	٣٫٢٩	٤٫١٣
سوق الهدا التجاري	٥٫٥٨	٥٫٦٥	٥٫٧٥	٥٫٥٤	٥٫٤٧	٥٫٤٧	١٦٫٠٣	٢٫٤٥	١٫٥١	٦٫٢٣	٠٫٢٨	٠٫٣٧	٠٫٠٠	٢٫٢٩	٢٫٨٨	٠٫٦٧	٢٫٠٣	٠٫٧٣	٨٫٦٧	٨٫٣٦	٨٫٤٦	٨٫٥٧	٩٫٤٠	٩٫٨٩	٧٫٦٢	٨٫٣٨	٦٫٠٩	١٣٫١٨	١٥٫٩٩	١٥٫٥٩	٦٫٩٣	٦٫٤٨	١٫٢٨	٣٫٠٤	٤٫٩٠	٧٫١٦	١٣٫٤٦	٧٫٠٢	٥٫٧١	٢٫٩٨	٣٫٧٧
مركز الرصيفة	٧٫٤١	٧٫٥٢	٧٫٦٤	٧٫٢٢	٧٫٠٨	٧٫٠١	١٧٫٠٧	٤٫٠٤	٣٫٠١	٧٫٤٧	٢٫٤١	٢٫٤٥	٢٫٢٩	٠٫٠٠	٠٫٦٢	٢٫٨٧	١٫٣٢	٣٫٠٠	٨٫٥٤	٨٫٢٩	٨٫٣٨	٨٫٤٨	٩٫٢٤	٩٫٧١	٧٫٧١	٨٫٣٥	٦٫٧٢	١٢٫٢٤	١٦٫٩٨	١٦٫٧٩	٨٫١٥	٧٫٧٢	٢٫٠٩	٥٫٣٠	٧٫١٢	٩٫٣٦	١٥٫٥٩	٤٫٩١	٧٫٦٠	١٫٧٤	٣٫١٢
مركز مدينة الأضواء	٧٫٨٢	٧٫٩٥	٨٫٠٧	٧٫٥٩	٧٫٤٤	٧٫٣٤	١٧٫٢٠	٤٫٤٥	٣٫٤٦	٧٫٧٢	٣٫٠١	٣٫٠٥	٢٫٨٨	٠٫٦٢	٠٫٠٠	٣٫٤٤	١٫٨٢	٣٫٥٨	٨٫٤١	٨٫١٧	٨٫٢٦	٨٫٣٥	٩٫٠٩	٩٫٥٥	٧٫٦٥	٨٫٢٤	٦٫٨٢	١١٫٨٧	١٧٫٠٩	١٦٫٩٧	٨٫٣٨	٧٫٩٧	٢٫٥١	٥٫٨٦	٧٫٧٤	٩٫٩٧	١٦٫٢٠	٤٫٣١	٨٫٠٣	١٫٥٩	٣٫٠١
مركز الوطن مول	٤٫٩٣	٤٫٩٩	٥٫٠٩	٤٫٩١	٤٫٨٥	٤٫٨٧	١٥٫٤٩	١٫٩١	١٫١٤	٥٫٦٨	٠٫٧٧	٠٫٨٢	٠٫٦٧	٢٫٨٧	٣٫٤٤	٠٫٠٠	٢٫٧٠	٠٫٢٢	٨٫٤٥	٨٫١٢	٨٫٢٣	٨٫٣٤	٩٫١٨	٩٫٦٧	٧٫٣٥	٨٫١٤	٥٫٧١	١٣٫١٥	١٥٫٤٥	١٥٫٠٢	٦٫٣٨	٥٫٩٣	١٫٣٧	٢٫٤٣	٤٫٤٩	٦٫٧٦	١٣٫٠٩	٧٫٤٥	٥٫٠٥	٣٫٢٩	٣٫٨٥
مركز المنصور التجاري	٠٫٣٣	٠٫٤٤	٠٫٥٦	٠٫١٣	٥٫٠٠	٤٫٩٤	١٥٫٢٢	١٫٩٥	٠٫٩٤	٠٫٤٩	١٫٥٦	١٫٦٥	١٫٢٨	٢٫٠٩	٢٫٥١	١٫٣٧	٢٫٥٨	١٫٥٨	٧٫٤٤	٧٫١٣	٧٫٢٤	٧٫٣٤	٨٫١٧	٨٫٦٥	٦٫٤٢	٧٫١٧	٥٫٠٤	١١٫٩٠	١٥٫١٥	١٤٫٨٦	٦٫١٨	٥٫٧٤	٠٫٠٠	٣٫٥٦	٥٫٨٤	٨٫١٠	١٤٫٤٤	٦٫١٩	٥٫٥٢	١٫٩٦	٢٫٥١
مركز درة الشهداء	٣٫٣٨	٣٫٣٤	٣٫٣٨	٣٫٦٧	٣٫٧٥	٣٫٩٣	١٤٫٤٨	٢٫٤٣	٢٫٧٦	٥٫٠٥	٣٫٠٠	٣٫٠٠	٣٫٠٤	٥٫٣٠	٥٫٨٦	٢٫٤٣	٤٫٩٨	٢٫٣١	٩٫١٣	٨٫٧٧	٨٫٨٨	٩٫٠٠	٩٫٨٣	١٠٫٣٠	٧٫٩٢	٨٫٧٦	٥٫٩٢	١٤٫٣٥	١٤٫٥٢	١٣٫٨٤	٥٫٦٨	٥٫٢٥	٣٫٥٦	٠٫٠٠	٢٫٦٧	٤٫٨٠	١١٫١٢	٩٫٧٥	٣٫٣٦	٥٫٥١	٥٫٦٧
مركز البحيرات	٥٫٢٩	٥٫١٥	٥٫١١	٥٫٧٩	٥٫٩٤	٦٫١٩	١٦٫٢١	٥٫٠٨	٥٫٢٢	٧٫٣٨	٤٫٧٣	٤٫٦٩	٤٫٩٠	٧٫١٢	٧٫٧٤	٤٫٤٩	٦٫٣٧	٤٫٣٠	١١٫٧٧	١١٫٤١	١١٫٥٢	١١٫٦٣	١٢٫٤٦	١٢٫٩٣	١٠٫٥٥	١١٫٣٩	٨٫٥٢	١٧٫٠٢	١٦٫٣٠	١٥٫٤١	٧٫٩٤	٧٫٥٥	٥٫٨٤	٢٫٦٧	٠٫٠٠	٢٫٢٧	٨٫٦١	١١٫٩٢	٥٫١٢	٧٫٧٨	٨٫١٨
مركز التعاون المشترك	٦٫٦٩	٦٫٥١	٦٫٤٢	٧٫٣٠	٧٫٥٠	٧٫٧٩	١٦٫٩٩	٧٫٢٢	٧٫٤٦	٨٫٩٨	٦٫٩٨	٦٫٩٣	٧٫١٦	٩٫٣٦	٩٫٩٧	٦٫٧٦	٨٫٥٣	٦٫٥٦	١٣٫٦٨	١٣٫٣٢	١٣٫٤٣	١٣٫٥٤	١٤٫٣٥	١٤٫٨٠	١٢٫٤٥	١٣٫٢٩	١٠٫٣٧	١٩٫٠٦	١٧٫١٣	١٦٫٠٥	٩٫٤٤	٩٫١١	٨٫١٠	٤٫٨٠	٢٫٢٧	٠٫٠٠	٦٫٣٥	١٤٫١٨	٦٫٤٥	١٠٫٠٥	١٠٫٤١
مركز الهجرة	١٢٫٣٦	١٢٫١٤	١٢٫٠٢	١٣٫٠٣	١٣٫٢٧	١٣٫٥٩	٢٠٫٩١	١٣٫٥٣	١٣٫٨١	١٤٫٧١	١٣٫٢٦	١٣٫٢٠	١٣٫٤٦	١٥٫٥٩	١٦٫٢٠	١٣٫٠٩	١٤٫٦٣	١٢٫٨٩	١٩٫٦٧	١٩٫٣٢	١٩٫٤٢	١٩٫٥٣	٢٠٫٢٩	٢٠٫٧٢	١٨٫٤٥	١٩٫٢٦	١٦٫٣٦	٢٥٫١٨	٢١٫١٥	١٩٫٧٥	١٥٫٠١	١٤٫٧٨	١٤٫٤٤	١١٫١٢	٨٫٦١	٦٫٣٥	٠٫٠٠	٢٠٫٤٧	١٢٫٠٦	١٦٫٣٨	١٦٫٧٦
مركز القوافل	١٠٫٧٩	١٠٫٩٨	١١٫١٢	١٠٫٣٥	١٠٫١٣	٩٫٩٢	١٧٫٩٧	٧٫٧٤	٧٫٠٢	٩٫٨١	٧٫٢١	٧٫٢٦	٧٫٠٢	٤٫٩١	٤٫٣١	٧٫٤٥	٦٫٠٥	٧٫٦٣	٧٫٩٩	٧٫٩١	٧٫٩٦	٨٫٠١	٨٫٤٥	٨٫٧٨	٧٫٨٣	٨٫٠٣	٨٫١٦	٩٫٢٦	١٧٫٧٧	١٨٫٠٥	١٠٫٣١	١٠٫٠١	٦٫١٩	٩٫٧٥	١١٫٩٢	١٤٫١٨	٢٠٫٤٧	٠٫٠٠	١١٫٠٧	٤٫٢٥	٤٫٥٨
مركز الفقيه للمفروشات	٠٫٣٣	٠٫١٠	٠٫٠٥	٠٫٩٩	١٫٢٥	١٫٥٨	١١٫٢٠	٣٫٥٨	٤٫٥٩	٢٫٦٥	٥٫٨١	٥٫٨٤	٥٫٧١	٧٫٦٠	٨٫٠٣	٥٫٠٥	٧٫٧٤	٥٫٠٦	٧٫٦٧	٧٫٣٣	٧٫٤٢	٧٫٥٣	٨٫٢٧	٨٫٦٨	٦٫٤٨	٧٫٢٦	٤٫٤٣	١٣٫٢٦	١١٫٢٥	١٠٫٥٠	٣٫٠١	٢٫٧٢	٥٫٥٢	٣٫٣٦	٥٫١٢	٦٫٤٥	١٢٫٠٦	١١٫٠٧	٠٫٠٠	٧٫٠٦	٦٫٥٠
مركز بقيق	٦٫٨١	٦٫٩٧	٧٫١٠	٦٫٤٧	٦٫٢٩	٦٫١٤	١٥٫٦٨	٣٫٥٦	٢٫٧٨	٦٫٣٧	٣٫٢٢	٣٫٢٩	٢٫٩٨	١٫٧٤	١٫٥٩	٣٫٢٩	٢٫٩٩	٣٫٤٩	٦٫٨٤	٦٫٥٩	٦٫٦٨	٦٫٧٧	٧٫٥٣	٧٫٩٩	٦٫٠٥	٦٫٦٦	٥٫٢٩	١٠٫٥٧	١٥٫٥٦	١٥٫٤٨	٧٫٠٠	٦٫٦١	١٫٩٦	٥٫٥١	٧٫٧٨	١٠٫٠٥	١٦٫٣٨	٤٫٢٥	٧٫٠٦	٠٫٠٠	١٫٤٢
مركز المسفلة التجاري	٦٫٢٢	٦٫٤٠	٦٫٥٥	٥٫٧٧	٥٫٥٥	٥٫٣٥	١٤٫٣٧	٣٫٣٦	٢٫٩٦	٥٫٣٥	٤٫٠٤	٤٫١٣	٣٫٧٧	٣٫١٢	٣٫٠١	٣٫٨٥	٤٫٣٠	٤٫٠٧	٥٫٤٣	٥٫١٧	٥٫٢٧	٥٫٣٦	٦٫١٢	٦٫٥٩	٤٫٦٤	٥٫٢٤	٤٫٠٢	٩٫٤٣	١٤٫٢٤	١٤٫٢٣	٥٫٩٢	٥٫٥٧	٢٫٥١	٥٫٦٧	٨٫١٨	١٠٫٤١	١٦٫٧٦	٤٫٥٨	٦٫٥٠	١٫٤٢	٠٫٠٠

ملحق رقم (٦)

دليل تجاري للأسواق المركزية في مدينة مكة المكرمة خلال الفترة ١٤٢٨/١٤٣٠هـ

الرقم	اسم السوق	اسم الحي	اسم الشارع
١	الحجاز	النزهة	طريق جدة السريع
٢	القرشي	الراشدية	المهندس عمر القاضي
٣	الحارثي	الراشدية	
٤	الشرائع مول	الشرائع	
٥	الهجرة	العمرة	طريق المدينة المنورة
٦	البحيرات	البحيرات	
٧	مدينة الأضواء	الرصيفة	عبد الله عريف
٨	الرصيفة		
٩	المرسى	الضيافة	طريق جدة القديم
١٠	الأنوار		
١١	الضيافة		
١٢	الوطن مول		
١٣	الهدا		
١٤	البسام	الجامعة	الملك عبد الله
١٥	محمود سعيد	المرسلات	المسجد الحرام
١٦	رياض العزيزية	الجامعة	المسجد الحرام
١٧	العائلة		
١٨	ذي المجاز		
١٩	العزيزية		
٢٠	السلام		
٢١	السوق الصغير		
٢٢	العوالي	العوالي	إبراهيم الجفالي
٢٣	التعاون المشترك	ريع ذاخر	شارع الحج
٢٤	فراج الحازمي		
٢٥	الدواس		
٢٦	الكرم		
٢٧	التعاون		
٢٨	الدرة		
٢٩	الصفا		
٣٠	فقية		
٣١	متاجر العرب	وادي جليل	
٣٢	عالم السيارات	المدينة المنورة	النزهة
٣٣	بلوتوث سنتر	العزيزية	المسجد الحرام
٣٤	العتيبية	العتيبية	الأندلس
٣٥	المسفلة	المسفلة	المسجد الحرام
٣٦	درة الشهداء	الشهداء	الشهداء
٣٧	العرب	العدل	شارع الحج
٣٨	العدل		طريق السيل
٣٩	المنصور	المنصور	المنصور
٤٠	القوافل	الشوقية	إبراهيم الخليل
٤١	بقبق	الخالدية	المنصور

ملحق(٧)

استمارة الاستبيان

(١)الاستبيان الخاص بالمتسوقين في الأسواق الشريطية

عزيزي المتسوق

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بين يديكم استمارة خاصة ببحث علمي لنيل درجة الماجستير من جامعة أم القرى. تحوي هذه الاستمارة مجموعة من الأسئلة، ستساعد إجاباتها على جمع بيانات عن خصائص المتسوقين في أسواق مكة المكرمة، ونظراً لأهميتها نأمل منكم التكرم الإجابة عليها بدقة، أؤكد لكم أنها لن تستخدم إلا لغرض البحث والدراسة فقط مع خالص شكري لتعاونكم لإثراء البحث العلمي.

ولكم مني خالص الشكر وعظيم الامتنان

أختكم الباحثة من قسم الجغرافيا

جامعة أم القرى

أرجو وضع علامة (√) في كل فقرة تختارها:

٢) اسم الشارع...............

٣) الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى

٤) الجنسية سعودي ☐
☐ غير سعودي

٥) قدمت إلى السوق ☐ فرد
☐ عائلة

٦)العمر ☐ أقل من ٢٥
☐ ٢٥ إلى أقل من ٤٥
☐ ٤٥ إلى أقل من ٥٥
☐ من ٥٥ فأكثر

٧) المستوى التعليمي ☐ جامعي
☐ ثانوية
☐ متوسط
☐ ابتدائي
☐ غير متعلم

٨) عدد أفراد الأسرة ☐ أقل من ٣ أفراد
☐ ٣_٥
☐ ٦فأكثر

٩) الدخل الشهري للأسرة ☐ أقل من٤٠٠٠
☐ ٤٠٠٠إلى أقل من ٦٠٠٠
☐ ٦٠٠٠إلى أقل من ٨٠٠٠
☐ ٨٠٠٠ إلى اقل من ١٠٠٠٠
☐ أكثر من ١٠٠٠٠

١٠) اسم الحي الذي تسكن فيه...........

١١) الأوقات المفضلة للتسوق ☐ صباحاً
☐ مساءً

١٢)الأيام المفضلة للتسوق ☐ نهاية الأسبوع
☐ وسط الأسبوع
☐ بداية الأسبوع
☐ يومياً

١٣)عدد مرات التسوق
- ☐ مرة على الأقل كل شهر
- ☐ مرتين على الأقل كل شهر
- ☐ مرة كل أسبوع
- ☐ حسب الظروف

١٤) وسيلة الوصول للسوق
- ☐ سيارة خاصة
- ☐ سيارة أجرة
- ☐ حافة النقل العام
- ☐ سيراً على الأقدام

أخرى أذكرها............

١٦)الزمن المستغرق للوصول للسوق بالدقائق
- ☐ أقل من ٥
- ☐ ٥إلى اقل من١٠
- ☐ ١٠الى اقل من ١٥
- ☐ ١٥الى اقل من٢٠
- ☐ من ٢٠ فأكثر

١٧)أسباب اختيارك لهذا السوق
- ☐ توفر السلع المطلوبة
- ☐ انخفاض الأسعار
- ☐ قربه من مكان سكنك
- ☐ وقوعه على طريقك

إن وجدت أسباب أخرى أذكرها...................................

١٨) ما هي مجموع السلع التي تذهب للتسوق من أجلها
- ☐ مواد غذائية
- ☐ أثاث منزلي ومفارش
- ☐ الملابس الجاهزة وأدوات التجميل والعطور
- ☐ الأدوات الكهربائية وقطع غيار
- ☐ مواد بناء دهانات ديكورات
- ☐ مكاتب بنوك

أخرى اذكرها........................

١٩) أهم المشكلات التي واجهتك **<u>في طريقك</u>** لهذا السوق
- ☐ طول المسافة المستغرقة للوصول
- ☐ عدم وجود مواقف للسيارات
- ☐ الازدحام المروري
- ☐ كثرة التقاطعات وإشارات المرور

أخرى اذكرها..................

٢٠) أهم المشكلات التي واجهتك **في هذا السوق**

- ☐ اختلاف الأسعار من محل لآخر لنفس السلعة
- ☐ الازدحام
- ☐ عدم وجود دورات مياه
- ☐ عدم وجود مسجد
- ☐ وجود أكثر من مشكلة مما سبق ذكره

(٢)الاستبيان الخاص بالمتسوقين في الأسواق المركزية

جميع ما ذكر في الاستبيان السابق إضافة إلى هذه الفقرات:

أرجو وضع علامة (√) واحدة فقط في كل فقرة حسب الأفضلية:

١)تفضل التسوق من أسواق مركزية
- ☐ داخل مدينة مكة المكرمة
- ☐ خارج مدينة مكة المكرمة

٢)هل تفضل أن يكون موقع السوق المركزي في
- ☐ وسط البلد بالقرب من الأسواق القديمة
- ☐ مناطق الأحياء السكنية
- ☐ أطراف المدينة وضواحيها

٣)أسباب اختيارك لهذا السوق
- ☐ توفر السلع المطلوبة
- ☐ انخفاض الأسعار
- ☐ عرض سلع جديدة
- ☐ وفرة الخدمات كدورة المياه والمسجد

إن وجدت أسباب أخرى أذكرها.......................................

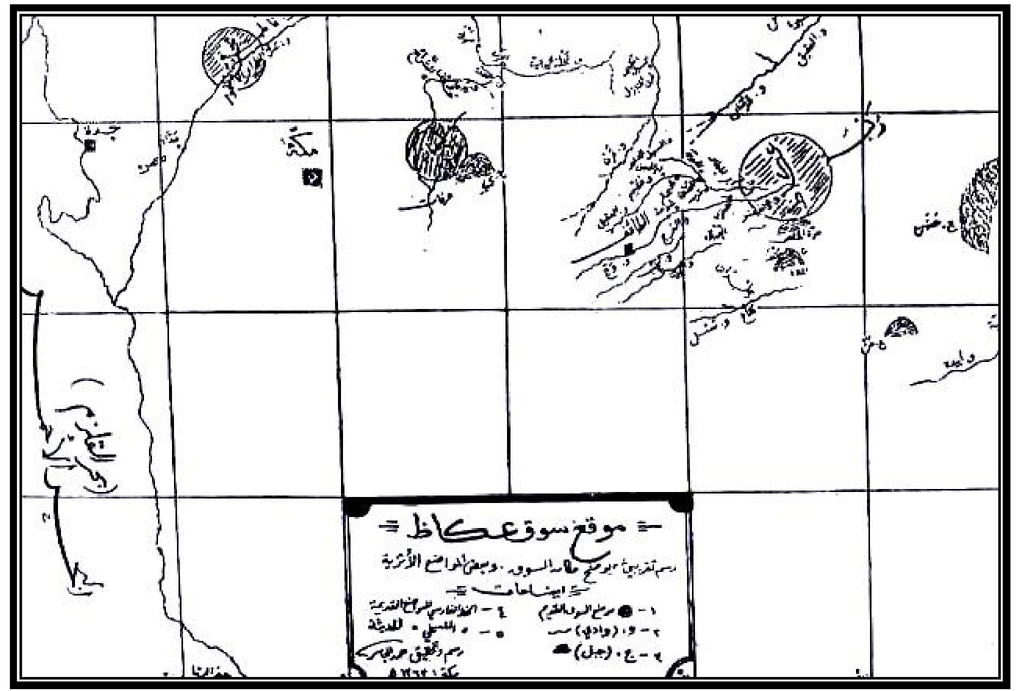
٤)أهم المشكلات التي تواجه المتسوق في السوق
- ☐ اختلاف الأسعار للسلعة نفسها
- ☐ الازدحام داخل السوق
- ☐ عدم وجود دورات مياه
- ☐ عدم وجود مسجد
- ☐ عدم وجود صالات ألعاب أطفال
- ☐ عدم وجود غرف لقياس الملابس

مع خالص شكري وعظيم امتناني لكم

ملحق رقم (٧)

الأشكال والصور

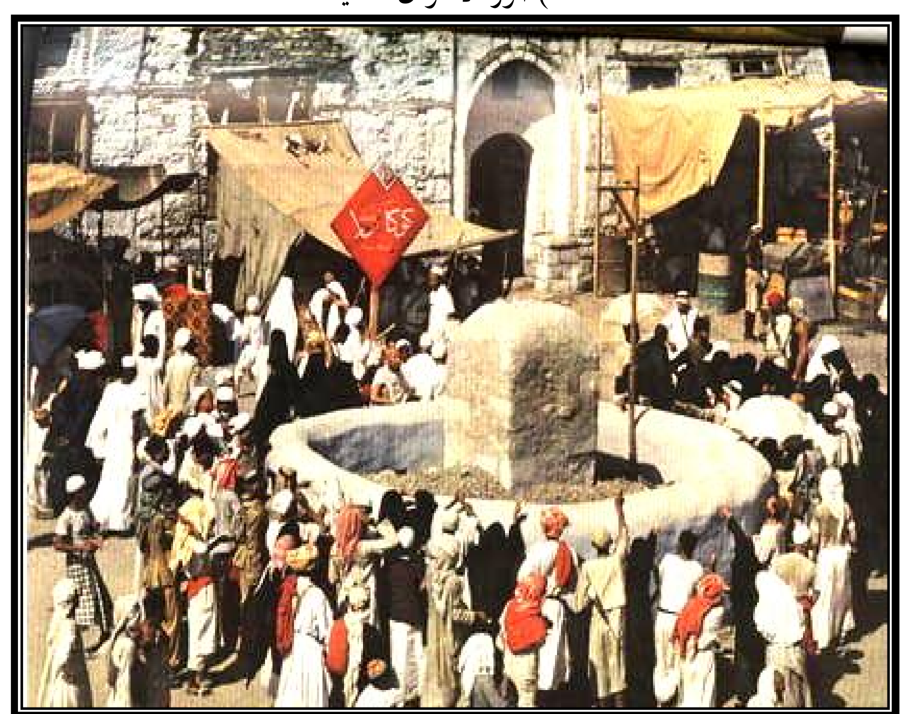
١) مواقع الأسواق التاريخية القديمة



موقع سوق عكاظ ومجنة وذي المجاز كما حدده حمد الجاسر ١٣٦٣هـ



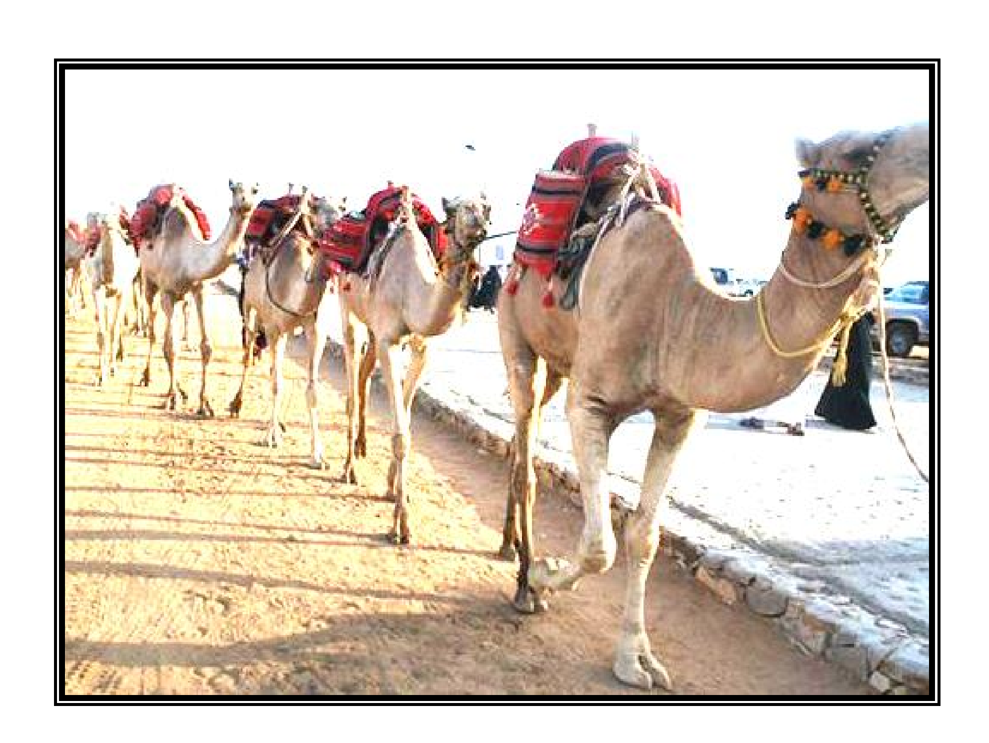
٢)صور الأسواق القديمة



أسواق مشعر منى في عام ١٩٥٣م



أسواق مشعر عرفة عام ١٤٢٠هـ



جادة سوق عكاظ عام ١٤٢٩هـ



سوق عكاظ عام ١٤٣٠هـ



أحد معالم سوق عكاظ التاريخي في حلته الجديدة ١٤٣٠هـ



الموقع الجغرافي لسوق ذي المجاز

٣/صور الأسواق الشريطية بمكة المكرمة



جانب من محلات شارع المسجد الحرام



جانب من محلات شارع عبد الله عريف

٤/صور للأسواق المركزية بمكة المكرمة



مجمع الشرائع مول بمكة المكرمة(حي الراشدية)



أحد المراكز التجارية بمدينة مكة المكرمة(حي الخالدية)



أحد المجمعات التجارية الكبرى بمدينة مكة المكرمة (حي النزهة)

Ministry of Higher Education
Umm Al-Qura University
College of Social Science
Department of Geography

Markets in Makkah Al-Mokaramah City

Study in showed and Evolution and Distribution

A Thesis Submitted to the Department of Geography in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master Degree in Geography

By
Ashwag Bint Hamza Milbary

Supervised By
Dr. Ahmad Al sheariay

٢٠١٠

Abstract

This study seeks to follw the emergence and grwth of the market as one modern phenomena of the city,and study of the pattern distribution geographic them which cluster taken during construction,and attempt to explain this pattern through the study of geographical factors affecting it,and then classified in groups highlight the pattern to the markets of the city,through several geographic basics.The study depend on primary data of the Amanat of Holy Makkah and the high authority for the developmentof the Makkah region for Districts and sectors, their area and their population,the study was depended on field work, mainly to fill decrees gaps in sources study,Also study the markets depend primarily on the application more than Endoscopies.

Therefore proceeded to study the comprehensive survey of each city,s markets ,identified by the study identified the geographical locations, astronomy, spatial characteristics, as well as study the characteristice of the shoppers, and depending on the from of a questionnaire and card work field, for all the required data since ١٤٢٨-١٤٣٠H used for several statistical methods such as analysis of Kirnl The closest Jar and contrast simple, along with several measures, including: assessment of equal spacing ,and the average concentration ratio in the space standard and the calculation of the influence and guide acaeer, then represented at the table and sixty-eight and fifty and eleven form an image.

The results of the study installed bar market concentration in the districts of the old centers and the transitional district, while supermarkets were distributed in the transitional district and marginal, as a result it has won districts are limitd to both trypes of markets and are Aziziyah,Taqoa, the Al Moaabdah, Shohda,Khansaa, Dyafah and Umrah, whihe the other markets ago, namely:Umrah and Awali, Waii Alahhad prince,Hamera ,Umm Aljood and King Fahd This is imbalance in the distribution, while focused on markets in all sectors Aziziyah, Al Moaabdah, and Oteibah, ampty them Shraah and Umrah because of effecting the nature of the impact of terrain and population size and urban growth, land use, government policies and the strength of competition as a result of the overlapping ranges of influence markets inside and outside the city, the city markets have been known small space, the volume of shoppers and diminished as a resuit the scope of service, whil the virtues of diversity in conditions and specialization in the central beneficiaries still looking forward to raise their levels and proving places problems and activate the their functions entrusted to be able to satisfy the needs of their shoppers.

Studen	Supervisor	Dean, Faculty of Social Sciences
Ashwag Milebary	Dr.Ahmad AL-Sheera	Prof.Muhammad M.Al-Qarni